

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA



INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE MASHUA Y PIÑA ENDULAZADA CON STEVIA, EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”.

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA**

Autoras:

PATRICIA GODOY Y

JHOANA SALAS

Asesor:

DR. CPA VINICIO SARÁUZ MSC.

NOVIEMBRE 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como propósito determinar desde la perspectiva técnica, comercial y financiera la factibilidad para instalar una microempresa productora y comercializadora de mermelada de mashua y piña endulzada con stevia, en la parroquia urbana de Caranqui de la Ciudad de Ibarra, en base al estudio realizado se determina las siguientes conclusiones para la implantación de la pequeña empresa. En concordancia al diagnóstico realizado, la Ciudad de Ibarra posee materia prima suficiente que abastecerá la elaboración y ejecución del presente proyecto; debido a que cuenta con productores directos quienes suministrarán de las materias primas requeridas para el desarrollo del proyecto, así como cuenta con mercados locales que facilitarán la comercialización del nuevo producto. En lo referente a la comercialización permitió conocer la aceptación de producto, pese a ser nuevo y existir competencia con productos sustitutivos de fábricas de mermeladas ofertadas de otras provincias. Mediante el estudio realizado se logró determinar el lugar óptimo para la creación de la microempresa, pues existen todos los servicios básicos y es un sitio de afluencia comercial, de fácil acceso y su ubicación es central ya que se encuentra cercano a lugares comerciales y de los productores de materia prima. En lo relacionado al estudio financiero se realizaron los presupuestos técnicos, en lo posterior se realizaron los estados financieros, con lo que se pudo efectuar el análisis financiero, determinándose la factibilidad del proyecto, ya que sus indicadores resultaron positivos. Para que el establecimiento cumpla con todos los objetivos, se establecieron lineamientos estratégicos direccionados hacia el futuro, así como también se determinó una estructura organizacional donde se delegan funciones y tareas a cada área. Finalmente en el capítulo de impactos se concluye que los generados por el proyecto en el entorno serán positivos porque fortalecerá, el ámbito social, económico, y ambiental.

EXECUTIVE SUMMARY

This project aims to determine from the technical, commercial and financial perspective the feasibility of installing a production microenterprise and marketing jam mashua and pineapple sweetened with stevia, in the urban parish of Caranqui City Ibarra, based on the study made the following conclusions for the implementation of small business is determined. In accordance to the diagnosis made, the City of Ibarra has enough raw materials to supply the development and implementation of this project; because it has direct producers who will supply the raw materials required for the project and has local markets that will facilitate the marketing of the new product. Regarding marketing allowed to know the product acceptance, despite being new and existing competition substitution products offered factories jams other provinces. Through the study was able to determine the optimum place for the creation of microenterprises, because there are all basic services and is a site of commercial influx, easily accessible and its location it is central since it is close to shopping places and producers of raw materials. In relation to the financial study technical assumptions were made, in subsequent financial statements, which could perform financial analysis, determining the feasibility of the project, as their indicators were positive were performed. For the establishment meets all the objectives, strategic guidelines directed towards the future were established, as well as an organizational structure where roles and tasks are delegated to each tares was determined. Finally in the chapter concludes that impacts generated by the project on the environment will be positive because it will strengthen the social, economic, and environmental.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, GODOY RAMÍREZ MYRIAM PATRICIA, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100216345-7 y SALAS GALLEGOS JHOANNA SALOMÉ, portadoras de la cédula de ciudadanía Nro. 100268529-3, declaramos bajo juramento que el presente trabajo aquí desarrollado es de nuestra autoría **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE MASHUA Y PIÑA ENDULAZADA CON STEVIA, EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA"**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



GODOY RAMÍREZ MYRIAM PATRICIA

N° C.I. 100216345-7



SALAS GALLEGOS JHOANNA SALOMÉ

N° C.I. 100268529-3

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Certifico que, las señoritas: **GODOY RAMÍREZ MYRIAM PATRICIA Y SALAS GALLEGOS JHOANNA SALOMÉ**, para optar el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., bajo mi dirección han concluido a entera satisfacción su trabajo de grado cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE MASHUA Y PIÑA ENDULAZADA CON STEVIA, EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA"**, considerando que el presente trabajo reúne los requisitos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal que se designe.

En mi calidad de Director de Tesis, he brindado el asesoramiento requerido para las estudiantes, quienes son las autoras de la presente investigación, las mismas que han trabajado con esmero, dedicación y responsabilidad durante todo este proceso.



DR. CPA VINICIO SARÁUZ MSC.

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GODOY RAMÍREZ MYRIAM PATRICIA

SALAS GALLEGOS JHOANNA SALOMÉ

N° C.I. 100216745-7

N° C.I. 100768529-3




UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, GODOY RAMÍREZ MYRIAM PATRICIA, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100216345-7 y SALAS GALLEGOS JHOANNA SALOMÉ, portadoras de la cédula de ciudadanía Nro. 100268529-3, manifestamos de nuestra voluntad a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE MASHUA Y PIÑA ENDULAZADA CON STEVIA, EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA"** que ha sido desarrollado para optar por el Título de Ingeniera (o) en Contabilidad y Auditoría CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autor(as) nos reservamos los derechos morales de la obra antes citados. En concordancia suscribimos este documento en el momento que haga la entrega del trabajo final en el formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


GODOY RAMÍREZ MYRIAM PATRICIA
N° C.I. 100216345-7


SALAS GALLEGOS JHOANNA SALOMÉ
N° C.I. 100268529-3

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTOS	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100216345-7
APELLIDOS Y NOMBRES:	Godoy Ramírez Myriam Patricia
DIRECCIÓN:	Barrio de Azaya calle Quito 13-100 y Puyo
EMAIL:	patolynes@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	062545-880
TELÉFONO MÓVIL	0988267051
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de mermelada de Mashua y Piña endulzada con stevia, en la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura."
AUTORES:	Godoy Ramírez Myriam Patricia
FECHA:	2016- Marzo
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>

TÍTULO A OBTENER	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.
ASESOR/DIRECTOR:	Dr. CPA Vinicio Saráuz MSC.

DATOS DE CONTACTOS	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100268529-3
APELLIDOS Y NOMBRES:	Salas Gallegos Jhoanna Salomé
DIRECCIÓN:	Caranqui, Conjunto Habitacional Génova Casa C41
EMAIL:	jhosysa1806@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	062653-564
TELÉFONO MÓVIL	0999635022
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de mermelada de Mashua y Piña endulzada con stevia, en la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura."
AUTORES:	Salas Gallegos Jhoanna Salomé
FECHA:	2016- Marzo
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO A OBTENER	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR/DIRECTOR:	DR. CPA VINICIO SARÁUZ MSC.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, GODOY RAMÍREZ MYRIAM PATRICIA, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100216345-7 y SALAS GALLEGOS JHOANNA SALOMÉ, portadoras de la cédula de ciudadanía Nro. 100268529-3, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega de este ejemplar respectivo en formato digital y

autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo Digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se lo desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

AUTOR(AS):


.....

GODOY RAMÍREZ MYRIAM PATRICIA
N° C.I. 100216345-7


.....

SALAS GALLEGOS JHOANNA SALOMÉ
N° C.I. 100268529-3

ACEPTACIÓN:

Firma: 

Nombre: Ing. Betty Chavez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario: _____

DEDICATORIA

Con todo el cariño y amor dedico este trabajo a Dios por darme la oportunidad de vivir y hacer realidad los sueños deseados.

A mi querido esposo, a mis dos pequeños hijos quienes han sido mi fortaleza, mi apoyo y el empuje necesario para no decaer en mi formación profesional y que han estado siempre presente para culminar con esta etapa tan anhelada.

A mis padres y hermanos/as queridos, quienes fueron apoyo incondicional en los momentos más duros de mi vida estudiantil, ellos han sido el pilar fundamental para cumplir las metas propuestas y en general a toda mi familia gracias por el apoyo brindado y por toda la confianza puesta en mi para culminar con mi carrera profesional.

SALAS GALLEGOS
JHOANNA SALOMÉ

DEDICATORIA

Con todo el cariño y amor dedico este trabajo a Dios por darme la oportunidad de vivir y hacer realidad los sueños anhelados.

A mi querido hijo por ser mi orgullo y por ser la motivación que me ha impulsado cada día para superarme en mi vida profesional.

A mis padres y hermanos por haber sido un apoyo en mi vida en los momentos más difíciles de mi formación estudiantil

GODOY RAMÍREZ
MYRIAM PATRICIA

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento infinito a Dios por darme la oportunidad de culminar con éxito mis estudios, por fortalecerme cada día para no desfallecer en esta etapa de mi vida, a mi esposo querido y a mis hijos por la paciencia, el amor, y el apoyo brindado día tras día y que hoy puedo sentir como un sueño hecho realidad.

A mis padres, hermanos y familia en general por darme la mano cuando más lo he necesitado por ser la base de mi formación como persona, y como profesional por haber hecho de mí la persona que soy, gracias por no perder la confianza en mí.

Y un agradecimiento especial a mis compañeros de la Universidad el grupo de titulación especial y a nuestro profesor y tutor de tesis DR. CPA VINICIO SARÁUZ MSC. Por su confianza, por su guía incondicional y sus palabras de motivación que sirvieron como base para sacar adelante nuestro proyecto que finalmente concluye con éxito.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

SALAS GALLEGOS
JHOANNA SALOMÉ

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas las cuales han formado parte de mi vida a las que me encantaría agradecerles, quisiera empezar dando gracias a Dios por permitirme llegar hasta donde he llegado, a mis padres por el apoyo incondicional, a todos aquellos que han estado conmigo en los momentos más difíciles de mi vida y a otras que se encuentran presentes en mis recuerdos y en mi corazón a las cuales les doy gracias por formar parte de mí y por todo lo que me han brindado.

GODOY RAMÍREZ
MYRIAM PATRICIA

PRESENTACIÓN

El Proyecto está estructurado en siete capítulos: Diagnóstico Situacional, Bases Teóricas Científicas, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Estructura Administrativa de la Empresa , Impactos del Proyecto.

El Diagnóstico Situacional se desarrolló utilizando el método de la observación y la investigación de campo, con la aplicación de encuestas en el sector de Caranqui, para de esta manera tener contacto directo con los agricultores y productores, además se identificó oportunidades y amenazas que tiene el entorno y el mercado al cual nos dirigimos.

Las Bases Teóricas, permitieron tener un conocimiento previo para la ejecución y continuación del proceso de investigación, mediante la recopilación de datos teóricos y técnicos que proporcionaron la información y la opinión de expertos sobre el tema. Seguido de la organización y selección de datos recolectados, para realizar un análisis de interpretación de los datos seleccionados, lo que facilitó estructurar el marco teórico de forma correcta.

Se desarrolló un Estudio de Mercado, para obtener mayor conocimiento del mercado, mediante la aplicación de encuestas a la población a través del cálculo de una muestra de los consumidores directos e indirectos, permitiendo obtener datos de la oferta, demanda, mercado meta y de la proyección de precios; para determinar de esta forma la factibilidad del proyecto.

El estudio técnico, se lo desarrolló con el apoyo de expertos en el tema, los mismos que proporcionaron la información necesaria sobre la ubicación, y distribución de la planta, flujograma de proceso para la producción, distribución y comercialización de la mermelada de mashua, y piña endulzada con stevia, con la finalidad de obtener óptimos resultados en el estudio técnico del proyecto.

Posterior al estudio técnico se realizó el análisis económico – financiero, partiendo de los Estados financieros de arranque para el primer año, los mismos que sirvieron de base para elaborar las proyecciones correspondientes de ingresos, costos y

gastos, con el fin de evaluar mediante los indicadores económicos como el VAN, TIR, Costo beneficio, punto de equilibrio, tasa de Rendimiento Promedio, la factibilidad y sensibilidad del proyecto.

En la estructura Administrativa de la Empresa, se pudo determinar la conformación de la empresa, las obligaciones tributarias, patronales, así como también los objetivos, valores, políticas, funciones, y normativa general de la empresa que permitirá un mejor desarrollo organizacional, mediante los lineamientos requeridos para la conformación de la misma.

En el último Capítulo, se efectuó el análisis de los impactos que pueden afectar al proyecto objeto de nuestro estudio, se analizó los diferentes impactos mediante estadísticas obtenidas sobre las causas que generó el proyecto, los impactos evaluados fueron ambiental, económico, y social, que se encontraron en el transcurso del desarrollo del proyecto.

ÍNDICE GENERAL

Resumen Ejecutivo	II
Excecutive Summary	III
Autoría	IV
Certificación del Asesor	V
Cesión de derechos del Autor	VI
Autorización de Uso y Publicación	VII
Dedicatoria	X
Agradecimiento	XII
Presentación	XIV
Tema del Proyecto	XVI
Índice General	1
Índice de Tablas	5
Índice de Gráficos	7
Índice de Flujogramas	8
Introducción	2
Justificación	4
Objetivos	5
CAPÍTULO I	6
Diagnóstico Situacional	6
Antecedentes	6
Objetivos Diagnósticos	7
Variables Diagnósticas	8
Indicadores	8
Matriz de Relación Diagnóstica	10
Análisis Microambiente	11
Aspecto Político	11
Aspecto Económico	12
Aspecto Social	14
Aspecto Tecnológico	15
Análisis externo Micro ambiente	16
Información Secundaria	17
Matriz AOOR	22
Identificación de la Oportunidad de inversión	22
CAPÍTULO II	24
Bases Teóricas Científicas	24
Idea o Perfil	24
Prefactibilidad	24
Factibilidad	24
Empresa	25
Concepto	25
Clasificación de empresas	25

Definición de PYMES-----	26
Microempresa-----	27
Estudio de Mercado -----	28
Mercado -----	28
Definición de Cliente -----	29
Marketing-----	30
Estudio Técnico -----	32
Inversión -----	32
Localización-----	32
Infraestructura física-----	33
Estudio Financiero -----	33
Presupuesto -----	33
Financiamiento -----	34
Estados Financieros -----	34
Costos Indirectos de Fabricación -----	37
Simbología del Proceso Productivo -----	38
Gastos -----	38
Evaluación Financiera-----	39
Valor Actual Neto (VAN)-----	39
Tasa Interna de Retorno (TIR)-----	40
Costo Beneficio-----	40
Proceso Organizacional -----	41
Elementos de la Administración -----	41
Planeación -----	41
Organización-----	42
Dirección -----	42
Control-----	43
La materia Prima a utilizar-----	44
Mashua-----	44
Propiedades de la Mashua-----	45
Piña-----	46
Propiedades nutricionales y medicinales de la Piña-----	47
Stevia-----	48
Propiedades de la Stevia-----	49
La mermelada-----	50
Definición de la mermelada -----	50
Características de a mermelada-----	50
CAPÍTULO III-----	52
Estudio de Mercado -----	52
Introducción-----	52
Características del Producto-----	52
Objetivos del Estudio de Mercado -----	53
Matriz Diagnóstica del Estudio de Mercado -----	55
Segmento del mercado -----	56
Determinación de la Muestra-----	56

Tasa de Crecimiento Poblacional-----	57
Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta-----	59
Identificación y análisis de la demanda-----	68
Proyección de la demanda-----	68
Identificación y análisis de la oferta-----	69
Proyección de la Oferta-----	71
Demanda Insatisfecha-----	71
Análisis de Precios-----	72
Análisis de la Competencia-----	72
Comercialización-----	73
Conclusiones del Estudio de Mercado -----	74
CAPÍTULO IV-----	75
Estudio Técnico -----	75
Introducción-----	75
Objeto General del Estudio Técnico -----	75
Localización del proyecto -----	75
Macro localización del proyecto -----	75
Micro localización del proyecto -----	76
Servicios Básicos y Comunicación-----	79
Factores determinantes para la Micro localización-----	79
Ubicación de la empresa-----	79
Diseño de las Instalaciones-----	79
Procesos Productivos-----	82
Descripción del proceso de la mermelada-----	83
Tamaño del proyecto -----	90
Factores que determinan el tamaño de la planta -----	90
Tamaño y capacidad de la Planta -----	92
Presupuesto Técnico -----	93
Inversión Fija y variable del proyecto -----	93
Inversión Fija -----	93
Propiedad Planta y Equipo -----	93
Inversión Variable -----	96
Costos -----	96
Materia Prima Directa-----	96
Mano de Obra de Producción-----	97
Costos Indirectos de Fabricación -----	97
Costos de Producción-----	98
Gastos Administrativos -----	98
Sueldos Administrativos -----	98
Gastos Generales Administrativos -----	98
Gastos de Ventas-----	99
Capital de trabajo -----	101
Inversiones Diferidas-----	101
Gastos de Constitución-----	101
Inversión Total del Proyecto -----	102

Financiamiento del Proyecto -----	102
CAPÍTULO V-----	103
Estudio Financiero -----	103
Introducción -----	103
Estado de Situación Financiera Inicial-----	103
Ingresos -----	104
Proyección de Ingresos -----	104
Egresos-----	105
Costos de Producción-----	105
Resumen de Ingresos, Costos, y Gastos proyectados-----	120
Estados Financieros Presupuestados-----	121
Flujo de Caja-----	122
Evaluación Financiera-----	122
Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) -----	123
Cálculo tasa Interno de Retorno (TIR) -----	124
CAPÍTULO VI-----	131
Estructura Administrativa de la Empresa-----	131
Introducción-----	131
Denominación de la Empresa-----	131
Misión -----	132
Visión -----	132
Objetivos Institucionales-----	133
Valores Institucionales-----	133
Políticas-----	134
Conformación Jurídica de la empresa -----	135
Orgánico Funcional -----	137
Descripción de Funciones-----	140
Normativa de la Empresa-----	145
CAPÍTULO VII-----	146
Impactos del Proyecto -----	146
Análisis de Impactos-----	146
Impacto Social -----	146
Impacto Económico -----	147
Impacto Ambiental-----	148
Impacto General -----	149
CONCLUSIONES-----	150
RECOMENDACIONES-----	152
BIBLIOGRAFÍA-----	153
LINCOGRAFÍA-----	155
ANEXOS-----	156

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO I	6
Matriz de Relación Diagnóstica	10
Características de las PYMES en el Ecuador	26
CAPÍTULO II	24
Simbología Proceso Productivo	38
Flujograma Administrativo	43
CAPÍTULO III	52
Matriz diagnóstica del Estudio de Mercado	55
Cálculo de la Muestra	57
Cálculo de la demanda en la muestra	68
Cálculo de la demanda en la población	68
Cálculo de la proyección de la demanda	69
Cálculo de la oferta en la muestra	70
Cálculo de la oferta en la población	70
Participación de la competencia en la oferta	70
Cálculo de la Proyección de la Oferta	71
Proyección de la demanda Insatisfecha	72
Proyección del precio	72
Participación de la competencia	73
CAPÍTULO IV	75
Análisis del método cualitativo en puntos	77
Distribución de la empresa por Áreas	80
Diagrama analítico para la elaboración de mermelada	82
Demanda Potencial a satisfacer	91
Capacidad de la Planta	92
Detalle de la Planta y Equipo	93
Detalle de muebles y equipos de Oficina (Administrativo)	94
Detalle de muebles y equipos de Oficina (Ventas)	94
Detalle de muebles y equipos de Oficina (Producción)	95
Resumen de Inversión Fija	96
Materia Prima Directa	96
Mano de Obra de Producción	97
Costos Indirectos de Fabricación	97
Costos de Producción	98
Sueldos Administrativos	98
Gastos Generales Administrativos	99
Sueldos de Ventas	100
Gastos Generales de Ventas	100
Resumen de Costos y Gastos	100
Resumen del Capital de Trabajo	101
Gastos de Constitución	101
Resumen de Inversiones	102
CAPÍTULO V	103

Balance de Arranque-----	104
Proyección de Ingresos -----	105
Materia Prima Directa-----	105
Crecimiento Histórico de Salarios -----	106
Mano de Obra Directa-----	107
Costos Indirectos de Fabricación-----	108
Sueldos Administrativos -----	109
Gastos Generales Administrativos -----	110
Gastos de Constitución-----	111
Consolidado Proyección de Gastos Administrativos-----	111
Sueldo de Ventas-----	112
Gastos Generales de Ventas-----	114
Consolidado Proyección de gasto de Ventas-----	114
Cálculo depreciación del Crédito -----	117
Tabla de Interés anual al crédito Financiero-----	118
Depreciación y Amortizaciones-----	119
Resumen depreciaciones Activos Fijos-----	119
Proyección, Ingresos, costos y gastos-----	120
Estado de Pérdidas y Ganancias proyectadas-----	121
Flujo de Caja-----	122
Cálculo tasa de rendimiento Medio -----	122
Flujos netos para el cálculo del VAN-----	123
Flujos netos para el cálculo de la TIR-----	124
Recuperación del dinero en el Tiempo -----	125
Índice costo beneficio de la Inversión-----	126
Ingresos y Gastos Proyectados PE-----	127
Resumen del Cálculo del Punto de Equilibrio -----	128
Punto de Equilibrio en Cantidad y Dólares anual-----	128
Resumen Evolución Financiera-----	129
Análisis de Sensibilidad-----	130
CAPÍTULO VI-----	131
Obligaciones Jurídicas-----	145
Obligaciones Tributarias-----	145
Obligaciones Patronales-----	145
CAPÍTULO VII-----	146
Impacto Social -----	147
Impacto Económico -----	148
Impacto Ambiental-----	149
Impacto General -----	149

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO I	6
Evolución del Petróleo y la inflación	12
Establecimientos Económicos Ibarra	18
Población cantón Ibarra	19
Crecimiento poblacional anual Ibarra	19
Población económicamente activa Ibarra	20
Migración cantón Ibarra	20
Vivienda Ibarra	21
Promedio de Miembros por Familia	21
Clases Económicas	21
CAPÍTULO II	24
Mashua	44
Piña	46
Stevia	48
CAPÍTULO III	52
Determinación de la Muestra	56
Tasa de Crecimiento Poblacional	57
Creación de la Planta Procesadora	59
Marca de mermeladas de mayor consumo	60
Cantidad de mermelada que consume mensual	61
Frecuencia de consumo de mermelada	62
Presentación de mermelada que prefiere	63
Precio de compra de mermelada	64
Lugar de preferencia de compra de mermelada	65
Medios de comunicación aceptados	66
Calificación de aceptación de la mermelada	67
CAPÍTULO IV	75
Mapa de la Provincia de Imbabura	75
Micro localización del Proyecto	76
Distribución de la planta por áreas y metros	81
Recepción	83
Pelado y mondado	84
Despulpado	85
Envasado	87
Empacado	88
CAPÍTULO V	103
Punto de Equilibrio primer año	129
CAPÍTULO VI	131
Diseño de la Etiqueta	132
Logotipo	132
Estructura Organizacional de la empresa	137
Detalle de Funciones por cargo	140

ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS

CAPÍTULO IV-----	75
Flujograma para la compra de materia Prima-----	89
Flujograma para la venta de mermelada -----	90
Flujograma Administrativo para selección de Personal -----	139

INTRODUCCIÓN

La Ciudad de Ibarra se encuentra ubicada en la zona norte del Ecuador, al noreste de la ciudad de Quito, al sur de Tulcán. Su clima es subtropical de tierras altas. Su temperatura oscila entre 12° y los 32° Celsius. Ibarra con el paso del tiempo su crecimiento poblacional ha sido acelerado, por lo que ha generado la necesidad de crear nuevas fuentes de trabajo, ampliando la inserción laboral de personas preparadas y capacitadas en las diferentes ramas agroindustriales.

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve como también es denominada está compuesta por cinco parroquias urbanas que son: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato dando una población total urbana de 139.721 y la parte rural 7.865 habitantes, según el INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en concordancia al último Censo Poblacional realizado en el 2010. Existiendo una población de clase media del 68,80 % y una clase pobre del 32,20%.

Los hogares tiene un promedio del 3,71 de miembros por familia; según el mismo estudio se determina que existe una población Económicamente Activa en hombres de 66.71 % y de mujeres del 46,86 % y una población Económicamente Inactiva del 33,29 % en hombres y el 53,14 en mujeres. En lo referente a las actividades económicas de acuerdo al último Censo Económico realizado por el INEC en el 2009, la ciudad blanca cuenta con 9.384 actividades empresariales entre las que más se destacan el comercio con 5.360 establecimientos económicos, seguidos de actividades de servicio de comidas y alojamiento que alcanzan 1.084, establecimientos, e industrias manufactureras que llegan a 814 establecimientos, observándose que los establecimientos económicos tienen gran acogida por parte de los pobladores de la Ciudad.

En lo concerniente a otras actividades la Ciudad de Ibarra ha desarrollado el Turismo, convirtiéndose en un referente a nivel nacional por el clima, hermosos paisajes como la Laguna de Yahuarcocha, variedad gastronómica, y la infraestructura hotelera que atrae a los turistas nacionales e internacionales.

En la actualidad Ibarra a través de las Organizaciones y Asociaciones en apoyo a los pequeños productores y agricultores se encuentra incursionando en proyectos nuevos que permitan explotar los productos nativos propios de este sector, alternativa que resulta productiva para los nuevos proyectos que se plantean en beneficio de la localidad, debido a que de acuerdo al estudio realizado, se detectó que existen pocas empresas dedicadas a la producción y comercialización de mermeladas, en su mayoría el procedimiento es de forma tradicional. Por lo que el proyecto planteado para la elaboración de mashua y piña, endulzada con stevia se convierte en una alternativa atractiva para el consumo, ya que cuenta con productos originarios de esta zona, que recogen grandes beneficios nutritivos y medicinales, realizando procedimientos industrializados, que ofrecen calidad y garantía en su consumo y que se encuentran encaminados a toda clase de personas de todas las edades que desean cambiar sus dietas alimenticias por productos naturales que previenen enfermedades y mejoran la salud.

JUSTIFICACIÓN

A través de los años, se ha ido fortaleciendo el rol de la mujer como generadora de ingresos dentro del hogar, por lo que es indispensable que en la actualidad papá y mamá mutuamente trabajen para cumplir con las tareas económicas del hogar, desentendiéndose en cierta forma, de la alimentación y buena nutrición del hogar debido a la falta de tiempo, y las múltiples tareas propias de las labores resulta mucho más práctico el consumo de comidas preparadas, entre ellas las más consumidas; las comidas rápidas o denominadas también como chatarra por el poco aporte alimenticio que estas brindan ya que se encuentran llenas de grasas, aceites perjudiciales para la salud, con colorantes, preservantes, azúcares procesadas y otros químicos, causando un incremento considerable de riesgos de muertes y de sufrir enfermedades en la población.

Por lo que hoy de acuerdo con la opinión difundida por el presidente de la Organización Mundial de la Salud menciona: "que en el mundo las causas más importantes de decesos, patologías y discapacidades, son las enfermedades crónicas no transmisibles, entre estas patologías se encuentran la hipertensión arterial, cáncer de mama, útero o colon, están consideradas también la diabetes mellitus tipo II, afectaciones cardíacas como infartos entre otras.

El presente proyecto pretende poner a disposición en el mercado una mermelada compuesta de mashua y piña endulzada con stevia, que tiene por objeto convertirse en una golosina natural, que permitirá prevenir enfermedades, y mejorar la Actividad nutricional de la localidad, pues combinados estos tres productos se tendrá como resultado una mermelada capaz de evitar problemas de salud como; estreñimiento, cura y previene afecciones de la próstata, posee propiedades curativas para hígado y riñón, anemia, infecciones urinarias, ayuda a reducir la mucosidad en caso de

gripe, mejora la digestión, regula tensión arterial, es cicatrizante y bactericida, contrarresta la fatiga y los estados de ansiedad, entre los más conocidos.

En la Ciudad de Ibarra se observa con preocupación la falta de emprendimiento, pues existen actualmente pocas empresas dedicadas a la elaboración de productos agroindustriales como conservas, mermeladas, y confituras. Pero con la Transformación de la Matriz Económica planteada por el gobierno existe mayor motivación para la creación de nuevos proyectos, debido a que los productos que anteriormente no eran tomados en cuenta ahora podrán serlo, ya que se dará mayor acogimiento a productos nuevos que incluyan valor agregado, alimentos frescos y procesados con el fin de ampliar los destinos internacionales. Otro de los beneficios de esta Matriz Económica es que permitirá implementar nuevos equipos tecnológicos asequibles acordes a las industrias productivas, con mejores alternativas de financiamiento que ayuden a las pequeñas y medianas empresas invertir para el crecimiento y desarrollo de las mismas.

El tema de investigación que se propone como objeto de estudio, tiene como finalidad crear nuevas fuentes de empleo encaminados principalmente a personas que cuentan con experiencia y capacitación adecuada para desempeñar una labor agroindustrial, en cumplimiento a la responsabilidad social, activando de esta forma la situación económica de las familias e indirectamente solucionando el problema social por los que atraviesa la Ciudad Ibarra.

Debido a las circunstancias citadas anteriormente, se identifica que el desarrollo del presente proyecto es viable debido a que cuenta con el apoyo requerido por las diferentes instancias para su implementación, aparte de que el mercado objetivo se encuentra intacto, y anteriormente no se han realizado estudios sobre el tema, por lo que es ideal la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de mashua y piña endulzada con stevia.

OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de mermelada de Mashua y Piña endulzada con stevia en la ciudad Ibarra, Provincia de Imbabura, mediante el análisis de los diferentes parámetros que conlleva el desarrollo del proyecto.

ESPECÍFICOS

- Realizar un Diagnóstico Situacional de la ciudad Ibarra, con la finalidad de establecer los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos, a través del estudio de los diferentes aspectos: económicos, sociales, políticos, educativos, tecnológicos que puedan afectar la situación de la empresa.
- Estructurar un Marco Teórico que permita establecer la fundamentación teórica y obtener una base sobre la cual se construirá el análisis de los resultados obtenidos.
- Efectuar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, el precio, y el producto, mediante la aplicación de diferentes herramientas de trabajo como son; encuestas y entrevistas.
- Realizar un estudio Técnico para determinar el tamaño, localización, distribución de procesos e inversiones requeridas para la operación del proyecto, a través del análisis del proceso de producción que conlleva elaborar el producto.
- Realizar el Estudio Financiero con el fin de identificar la sustentabilidad, viabilidad y rentabilidad de la Inversión, mediante la determinación de Estados e Indicadores Financieros.

- Determinar la organización de la empresa a través del estudio de aspectos administrativos, legales, fiscales, y laborales para inicio de la nueva unidad productiva.
- Establecer los impactos que se derivan del proyecto en los aspectos; social, económico, ético y ambiental, para identificar los efectos que causará la implementación del presente proyecto en la comunidad.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

Ibarra conocida históricamente como la Ciudad Blanca por sus fachadas blancas con las que se bendijo la reconstruida ciudad en 1872 después del devastador terremoto ocurrido en 1868, se encuentra ubicada en la zona norte del Ecuador, al noreste de la ciudad de Quito, al sur de Tulcán. Su clima es subtropical de tierras altas. Su temperatura oscila entre 12° y los 32° Celsius, es considerada el centro del desarrollo económico, educativo y científico de la zona. La calidad de vida, una tasa de desempleo estable, salud gratuita y la baja delincuencia del país principalmente en la Sierra Ecuatoriana, y aún más en el norte del País de acuerdo con los datos proporcionados por el INEC en el último censo Poblacional 2010, resultaron en una atracción migratoria ideal para colombianos y extranjeros en general, llegando en oleadas crecientes a ciudades del norte del Ecuador, principalmente en la ciudad de Ibarra.

La ciudad se mantiene próspera gracias al sector económico que abarca el 70% de los empleos en la ciudad, la artesanía, la agroindustria y la producción de alimentos como la cebada, la remolacha, la caña de azúcar, la papa, las legumbres, los cítricos, viñedos también han ido en crecimiento, otros sectores de la provincia se dedican a la moda, a la transformación de la cal, la gastronomía y al turismo, para el 2010 Ibarra tenía el puesto número 7 en ciudades económicas de acuerdo con el INEC, su prosperidad también se hace importante gracias al sector financiero y bancario debido a que se mantienen sedes importantes en la ciudad.

La educación en Ibarra es considerada una de las mejores en el norte del País, los centros de enseñanza cuentan con el equipamiento necesario y son considerados académicamente prestigiosos, de la misma forma dada su gran amplitud a la cultura española, heredaron como en casi todo el Ecuador colegios religiosos de la hermandad católica, razón por la cual existen más colegios privados religiosos que públicos; en cuanto a la educación en el nivel superior son cuatro las Universidades

sujetas a un alto nivel de estudios y una gran oferta académica sin embargo ninguna alcanzó la categoría “A” de acuerdo con la última evaluación Universitaria realizada en el 2013 por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la calidad de la educación Superior, estas son: la Universidad Técnica del Norte, Pontificia Universidad Católica Sede Ibarra, Universidad Autónoma regional de los Andes (UNIANDES), Universidad Particular de Loja.

Según el estudio del INEC se determina una Económicamente Activa en hombres de 66.71 % y de mujeres del 46,86 % y una población Económicamente Inactiva del 33,29% en hombres y el 53,14% en mujeres. También cuenta con 9.384 actividades empresariales entre las que más se destacan el comercio con 5.360 establecimientos económicos, seguidos de actividades de servicio de comidas y alojamiento que alcanzan 1.084, establecimientos, e industrias manufactureras que llegan a 814 establecimientos.

De acuerdo con el análisis efectuado anteriormente se puede identificar que Ibarra es una ciudad emprendedora, económicamente ha ido creciendo a través de los años generando mayores fuentes de empleo para la comunidad, con los beneficios económicos propuestos, a través del código de la producción y la transformación de la matriz productiva mayores serán las oportunidades de crecimiento para las actuales y nuevas Pymes. Motivo por el cual la ejecución del proyecto planteado se convierte en una alternativa atractiva, novedosa e innovadora ya que el consumo del producto propuesto está encaminado a personas de todas las edades que desean cambiar sus dietas alimenticias por productos naturales que previenen enfermedades y mejoran la salud.

1.2 Objetivos Diagnósticos

1.2.1 Objetivo General

Realizar un Diagnóstico Situacional para determinar los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos, a través del estudio de los diferentes aspectos: económicos, sociales, políticos, educativos, tecnológicos mediante la Creación de una microempresa productora y Comercializadora de mermelada de Mashua y Piña endulzada con stevia.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Conocer los antecedentes demográficos que inciden en la industrialización y comercialización de la mermelada de mashua y piña endulzada con stevia en la Ciudad de Ibarra, con el fin de analizar la situación actual de la ciudad, mediante el análisis de datos estadísticos proporcionados por el INEC.
- Determinar la situación socio-económica de los pobladores de la ciudad de Ibarra, a través de la interpretación de los datos estadísticos proporcionados por el INEC.
- Determinar la normativa vigente que apoya a los proyectos en beneficio de la producción, mediante la investigación de documentación secundaria, proporcionada por los entes reguladores, con la finalidad de poner en práctica la normativa establecida.
- Analizar la situación productiva de la Ciudad Ibarra, para identificar la rentabilidad del proyecto, a través del estudio de los diferentes aspectos como actividades productivas, uso de suelo, principales cultivos.
- Identificar el nivel de educación de los pobladores de la ciudad Ibarra, mediante el análisis de la información proporcionada por el INEC, para identificar si la población objeto de estudio cuenta con los conocimientos necesarios para el desarrollo del presente proyecto.

1.3 Variables diagnósticas

Las variables sujetas a evaluación y medición en relación a los objetivos propuestos son los siguientes;

- Aspectos demográficos
- Situación socioeconómica
- Aspectos Políticos
- Situación Productiva de la Ciudad
- Nivel de Educación

1.4 Indicadores

Aspectos demográficos

- Género
- Estado Civil
- Edad
- Crecimiento Poblacional

Aspectos socioeconomicos

- Poblacion económicamente activa
- Actividad Laboral
- Vivienda
- Clases Económicas
- Actividades económicas
- Análisis Comercial

Aspectos Políticos

- Código de la producción
- Plan del buen Vivir

Aspectos productivos

- Actividades Productivas
- Uso de suelo
- Principales cultivos

Aspectos Educativos

- Buenos y Malos hábitos alimenticios
- Efectos del consumo de la comida rápida en la salud
- Productos que afectan a la salud
- Disminución de riesgo de enfermedades
- Educación alimentaria en centros educativos

TABLA 1

Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS	REFERENCIA DE FUENTE
		Género			
1. Analizar los antecedentes demográficos que inciden en la industrialización y comercialización de la mermelada de mashua y piña endulzada con stevia en la Ciudad de Ibarra	Aspectos demográficos	Estado Civil Edad Crecimiento Poblacional	SECUNDARIA	DOCUMENTOS	POBLACION POBLACION POBLACION DATOS INEC 2011
2. Determinar la situación socio-económica de los pobladores de la ciudad de Ibarra	Aspectos Socioeconómicos	Población económicamente activa Promedio de miembros por familia Vivienda Actividades económicas Clases económicas Análisis Comercial	SECUNDARIA	DOCUMENTOS	DATOS INEC CENSO POBLACIONAL CAMARA DE COMERCIO DE IBARRA
3.- Investigar los aspectos políticos que puedan incidir en el desarrollo del proyecto objeto de estudio	Aspectos Políticos	Código de la Producción Plan del Buen vivir	SECUNDARIA	DOCUMENTOS	CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN PLAN DEL BUEN VIVIR
4. Analizar la situación productiva de la Ciudad de Ibarra	Aspectos productivos	Análisis económico Actividades Productivas Uso de suelo Principales cultivos	SECUNDARIA	DOCUMENTOS	DATOS INEC CENSO POBLACIONAL
5. Identificar el nivel de educación de los pobladores de la ciudad Ibarra.	Aspectos Educativos	Hábitos alimenticios Efectos comida rápida Productos que afectan a la salud Disminución de enfermedades Educación alimentaria en centros educativos	SECUNDARIA	DOCUMENTOS	DATOS INEC CENSO POBLACIONAL INFORMACION DOCUMENTAL

NOTA: Fuente Elaborado por las Autoras

1.5 Aspectos Demográficos

La población de Imbabura se encuentra marcada por diferentes aspectos demográficos entre los más destacados se mencionan los siguientes; de acuerdo con el último censo realizado en el año 2010 se identifica que existen 67.165 hombres y 72.556 mujeres en total 139.721 personas en la ciudad Ibarra. El estado conyugal de los Imbabureños se encuentra distribuido de acuerdo con lo siguiente detalle; casados representan el 42.4%, de la población, solteros 38.8%, unidos 9.4%, viudo 4,3%, separado 2,6%, divorciado 2.5%.

Se adjunta el detalle de edades de la población Imbabureña como referencia de acuerdo con el censo mencionado anteriormente:

TABLA 2
Detalle de edades de la Población Imbabureña

RANGO DE EDAD	2010	%
DE 95 Y MAS AÑOS	308	0.1%
DE 90 A 94 AÑOS	849	0.2%
DE 85 A 89 AÑOS	2,158	0.5%
DE 80 A 84 AÑOS	4,180	1.0%
DE 75 A 79 AÑOS	6,057	1.5%
DE 70 A 74 AÑOS	8,109	2.0%
DE 65 A 69 AÑOS	10,566	2.7%
DE 60 A 64 AÑOS	12,039	3.0%
DE 55 A 59 AÑOS	13,777	3.5%
DE 50 A 54 AÑOS	15,478	3.9%
DE 45 A 49 AÑOS	19,891	5.0%
DE 40 A 44 AÑOS	21,832	5.5%
DE 35 A 39 AÑOS	24,305	6.1%
DE 30 A 34 AÑOS	26,659	6.7%
DE 25 A 29 AÑOS	30,720	7.7%
DE 20 A 24 AÑOS	34,518	8.7%
DE 15 A 19 AÑOS	39,840	10.0%
DE 10 A 14 AÑOS	44,326	11.1%
DE 5 A 9 AÑOS	43,646	11.0%
DE 0 A 4 AÑOS	38996	9.8%
TOTAL	398,254	100.0%

Nota: Fuente Elaborado por las Autoras, Tomado del Inec 2010

La tasa total de crecimiento poblacional nacional es de 1,95%, y en la ciudad de Ibarra es 2.02%, es la suma entre hombres y mujeres.

DESCRIPCIÓN		Tasa de Crecimiento Anual 2001-2010		
		Hombre	Mujer	Total
		1.96%	1.93%	1.95%
100150	IBARRA	2.01%	2.03%	2.02%
100151	AMBUQUI	0.06%	0.59%	0.33%
100152	ANGOCHAGUA	-1.73%	-1.48%	-1.60%
100153	CAROLINA	-0.44%	-0.64%	-0.54%
100154	LA ESPERANZA	1.15%	1.03%	1.09%
100155	LITA	3.49%	3.82%	3.64%
100156	SALINAS	0.03%	0.60%	0.30%
100157	SAN ANTONIO	2.41%	2.59%	2.50%
100250	ATUNTAQUI	2.13%	2.15%	2.14%

Gráfico 1. Tasa de Crecimiento Poblacional Nacional
Fuente: Censo poblacional 2010

1.6 Aspectos Socioeconómicos

- **Aspecto Social**

La ciudad de Ibarra cuenta con poca industria productiva, la tradición productora del cantón está concentrada en la explotación del azúcar que proviene de los valles del norte de la ciudad, es considerada el punto de recolección, comercialización y distribución de productos hacia el resto de la provincia y el Carchi.

De acuerdo con los datos de la Cámara de Comercio de Ibarra existe 398 establecimientos por cada 10 mil habitantes. La media nacional es de 357 locales por el mismo número de personas. Los Ibarreños se dedican a la compra y venta de bienes, personas de todos los sectores aledaños, se concentran en la ciudad a intercambiar productos y adquirir servicios. Los pequeños negocios como tiendas de abastos con las que cuenta Ibarra, bordea el 23% de un total de 5682 establecimientos radicados en la ciudad.

La actividad que mueve la economía en la ciudad es el comercio, con la devaluación del peso Colombiano se ha generado mayor consumismo en el País Colombiano. Comparando el año anterior con el actual se identifica un decrecimiento del 35 al 40 por ciento en la economía del País debido al contrabando y competencia desleal del vecino País, motivo por el cual Ibarra se ha convertido en una zona deprimida con

muchos locales en arriendo, emprendimientos que inician pero no son duraderos. Para lo cual el Centro de Desarrollo económico de Ibarra implementará alternativas de solución para disminuir los problemas de falta de empleo en la ciudad entre ellos propone;

- Centro de Desarrollo Tecnológico ayude a personas a crear sus propios emprendimientos, generando sus propios negocios.
- Será necesario capacitar a la población para que pueda manejar las actividades que cumplirá en el desarrollo de su negocio.
- Crear talleres de concientización sobre la innovación social que consiste en trabajar en el ser humano y su persona para desarrollar perfiles de calidad.
- Motivación para desarrollar productos de calidad
- El municipio brindará su aporte económico en el financiamiento de la maquinaria que el negocio requiera.
- **Población Económicamente Activa**

La población económicamente activa de la Ciudad de Ibarra se encuentra conformada de la siguiente manera; población económicamente activa total de 56,27 %, siendo en hombres del 66,71 % y en mujeres del 46,86%.

Nombre de la Parroquia	Sexo	Condición de Actividad (10 y más años)		
		PEA	PEI	Total
IBARRA	Hombre	66.71 %	33.29 %	100.00 %
	Mujer	46.86 %	53.14 %	100.00 %
	Total	56.27 %	43.73 %	100.00 %
LA ESPERANZA	PEA	PEI	Total	
	Hombre	64.68 %	35.32 %	100.00 %
	Mujer	29.42 %	70.58 %	100.00 %
LITA	Total	47.13 %	52.87 %	100.00 %
	PEA	PEI	Total	
	Hombre	70.76 %	29.24 %	100.00 %
SALINAS	Mujer	27.69 %	72.31 %	100.00 %
	Total	50.65 %	49.35 %	100.00 %
	PEA	PEI	Total	
	Hombre	67.74 %	32.26 %	100.00 %
	Mujer	36.28 %	63.72 %	100.00 %
	Total	51.97 %	48.03 %	100.00 %

Gráfico 2. Población Económicamente Activa
Fuente: Censo poblacional 2010

- **Promedio de miembros por familia**

El promedio de miembros por familia es de 3,71.

Código	Nombre del Cantón	Total de personas	Total de hogares	Promedio de personas por hogar
1001	IBARRA	180,440	48,666	3.71
1002	ANTONIO ANTE	43,484	11,067	3.93
1003	COTACACHI	39,941	9,871	4.05
1004	OTAVALO	104,677	25,556	4.10
1005	PIMAMPIRO	12,963	3,721	3.48
1006	SAN MIGUEL DE URQUQUI	15,656	4,128	3.79
1101	LOJA	212,208	56,542	3.75
1102	CALVAS	27,736	6,906	4.02
1103	CATAMAYO	30,419	7,870	3.87

Gráfico 3. Promedio de Miembros por familia

Fuente: Censo poblacional 2010

- **Vivienda**

El total de viviendas en la ciudad de Ibarra es de 27.293.

Nombre de la Paroquia	Area Urbana o Rural	Tipo de la vivienda								
		Casa/Villa	Departamento en casa o edificio	Cuarto(s) en casa de inquilinato	Mediagua	Rancho	Covacha	Choza	Otra vivienda particular	Total
IBARRA	Area Urbana	25,749	5,305	2,684	1,336	5	6	15	22	35,122
	Area Rural	1,544	28	7	265	-	3	5	2	1,854
	Total	27,293	5,333	2,691	1,601	5	9	20	24	36,976
IMANTAG	Area Urbana	895	5	7	191	1	1	36	2	1,138
	Area Rural	895	5	7	191	1	1	36	2	1,138
	Total	895	5	7	191	1	1	36	2	1,138
IMBAYA	Area Urbana	243	4	14	52	-	1	1	-	315
	Area Rural	243	4	14	52	-	1	1	-	315
	Total	243	4	14	52	-	1	1	-	315
LA ESPERANZA	Area Urbana	1,562	10	11	105	-	-	8	1	1,697
	Area Rural	1,562	10	11	105	-	-	8	1	1,697
	Total	1,562	10	11	105	-	-	8	1	1,697

Gráfico 4. Total Viviendas en la Ciudad Ibarra

Fuente: INEC Censo Poblacional 2010

- **Actividades Económicas**

La Ciudad de Ibarra se ha caracterizado por ser comercial, pues existen 9.384 establecimientos económicos de los cuales 5.360, pertenecen al comercio y 1084 actividades turísticas, seguida de la industria manufacturera con 814 establecimientos.

PROVINCIA DE IMBABURA		ESTABLECIMIENTOS ECONOMICOS
		Absoluto
TOTAL PROVINCIA		16.132
<i>Ibarra</i>		<i>9.384</i>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.		6
Industrias manufactureras.		814
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.		2
de saneamiento.		9
Construcción.		14
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotor		5.360
Transporte y almacenamiento.		85
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.		1.084
Información y comunicación.		433
Actividades financieras y de seguros.		64
Actividades inmobiliarias.		24
Actividades profesionales, científicas y técnicas.		193
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.		81
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación		56
Enseñanza.		177
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.		210
Artes, entretenimiento y recreación.		90
Otras actividades de servicios.		682

Gráfico 5. Actividades Económicas
Fuente: INEC Censo Poblacional 2010

- **Clases Económicas**

La Ciudad de Ibarra tiene una población de 95.005 de no pobres que es del 68,80 % y una población 43.165 de pobres que representa el 31,20 %.

Codigo de canton	Codigo de parroquia	POBLACIÓN SEGUN NIVEL DE POBREZA		Total	POBLACIÓN SEGUN NIVEL DE POBREZA	
		POBLACIÓN NO POBRES	POBLACIÓN POBRES		% POBLACIÓN NO POBRES	% POBLACIÓN POBRES
Ibarra	Ibarra	95,006	43,165	138,171	68.8%	31.2%
	Ambuqui	797	4,654	5,451	14.6%	85.4%
	Angochagua	255	3,004	3,259	7.8%	92.2%
	Carolina	111	2,620	2,731	4.1%	95.9%
	La Esperanza	1,488	5,604	7,092	21.0%	79.0%
	Lita	332	3,006	3,338	9.9%	90.1%
	Salinas	812	924	1,736	46.8%	53.2%
	San Antonio	9,142	8,296	17,438	52.4%	47.6%
	Total	107,943	71,273	179,216	60.2%	39.8%

Gráfico 6. Clases Económicas
Fuente: Censo poblacional 2010

- **Análisis Comercial**

Negociación con Compradores o Clientes

Se realizará negociación con, tiendas, supermercados, abacerías, centros y boticas naturistas a quienes se les distribuirá directamente el producto, se realizarán ventas organizadas para ofertar el producto a través de ferias solidarias.

Se venderá el producto a costos accequible procurando obtener ganancias representativas. Se realizarán ofertas y degustaciones, con la finalidad de que conozcan el nuevo producto y los beneficios alimenticios que este ofrece.

Negociación con Proveedores o vendedores

Existe la posibilidad de establecer convenios estratégicos con la Asociación de Productores Agropecuarios “JAMBI GIHUA” de Angochagua en donde se encuentran asociados 105 socios que poseen hectáreas de sembríos representativos, quienes producirán y entregarán materia prima en Mashua, y stevia que para reducir costos se obtendrá en los centros naturistas, mientras que la piña será abastecida desde el sector de Lita quienes se encuentran en auge del cultivo de este producto.

Amenazas de competidores entrantes

Al ser un producto nuevo, no existen competidores en este tipo de mermelada natural.

Amenaza de productos sustitutivos

Como cualquier otro producto existe el riesgo de que se presente productos sustitutivos que brinden mayores beneficios que el producto propuesto, pero al ser nuestro producto elaborado a base de productos naturales, mediante procesos no contaminantes, el riesgo de que afecte al proyecto será mínimo, además se analizará estrategias de mercado que permitan que el proyecto no se vea afectado por este tipo de productos.

1.7 Aspecto Político

El estado Ecuatoriano se conforma de cinco poderes estatales: Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Electoral y de Transparencia y Control Social. El poder ejecutivo está representado por el Presidente de la República (Eco. Rafael Correa), el cual fue elegido para un período de cuatro años mediante elección democrática, con la capacidad de ser reelecto una sola vez.

El Poder Ciudadano está conformado por Consejo de Participación Social y Control Ciudadano, Defensoría del Pueblo, Contraloría General del Estado y Superintendencias, y su representación en dichos cargos lo ejercerá durante un período de cinco años. Su función es el promover planes de transparencia y control público, así como diseñar mecanismos para combatir la corrupción, está encargado de designar a ciertas autoridades y es un organismo de control regulador de rendición de cuentas del país.

Dentro de los aspectos políticos existen normas y reglamentos que son aplicables y que benefician sobre manera la creación de proyectos productivos, entre los más importantes tenemos el Código de la Producción; que como su mismo texto lo menciona: “Tiene como objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de inversiones productivas orientadas a la realización del buen vivir. Esta normativa procura generar y consolidar las normas regulativas que potencien, estimulen e impulsen la producción con el más alto valor agregado, y a su vez que se establezcan condiciones que incrementen la producción y promuevan la transformación de la matriz productiva, mediante la aplicación de herramientas de desarrollo productivo que permitan incrementar el empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, y sostenible con el cuidado de la naturaleza”.

Esta normativa permitirá acceder fácilmente a los factores de producción, con especial interés en las micro, pequeñas y medianas empresas, también busca promover la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios. Amparado bajo este código, se ha creado el Fondo Nacional de

Garantías, para que las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPIMES), que no cuentan con las garantías reales, puedan acceder al crédito de sistema financiero, este es un mecanismo que permite dinamizar a los sectores productivos, brindando seguridad al sistema financiero y proporcionando a las empresas privadas mayor acceso al crédito, lo que permite acrecentar la creación de proyectos nuevos ya que existe mayor garantía para productores y consumidores.

Otro de los factores importantes de la normativa mencionada anteriormente es el Plan del buen Vivir, el mismo que tiene por objeto garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad.

El papel que juega el estado en este factor es muy importante ya que de él depende el impulsar las actividades económicas que garanticen a los trabajadores, oportunidades de empleo, remuneraciones justas y condiciones de trabajo saludables, estabilidad y seguridad social, así como horarios de trabajo que permita conciliar el trabajo con la vida familiar y personal.

El estado político ecuatoriano, con el devenir de los años y a pesar de los declives que se han ido agudizando cada vez más, ha generado estrategias de fortalecimiento con mayor énfasis en las actividades, económicas, sociales y políticas, mecanismo que ha permitido que los sectores de la producción y comercialización sigan manteniéndose e incrementándose, generando mayores oportunidades de trabajo con el fin de mejorar el desarrollo económico del país, por lo que sin duda estas políticas de compromiso con los productores y comercializadores nacionales han generado mayor confianza para producir e invertir en nuestras tierras, por lo que no cabe duda que al contar con el apoyo del estado para con los productores y comercializadores los proyectos que se encuentren encaminados a la inversión en nuestro propio territorio serán viables y contarán con los mecanismos necesarios para su desarrollo el cual busca apoyar al desarrollo ecuatoriano y su población.

1.8 Aspectos Productivos

Como se ha podido observar la economía ecuatoriana con el transcurso de los años ha ido perdiendo ritmo, debido a la caída del precio internacional del petróleo, la cual ha significado una reducción de manera importante en los ingresos fiscales y las exportaciones, afectando de manera considerable las expectativas del sector privado. En respuesta, nuestro gobierno ha identificado fuentes adicionales de financiamiento externo, se han aplicado medidas que permitan incrementar los ingresos en el País, otra de las medidas es reducir el gasto público, la inversión pública en proyectos no estratégicos y se han tomado medidas que restringen las actividades de importación.

En este sentido, es importante mejorar la eficiencia y el gasto público para que no se vean comprometidos los proyectos de inversión más importantes. Con una inversión pública menos dinámica, Ecuador necesitará reavivar la inversión privada mejorando las actividades de inversiones y financiamiento para afianzar la confianza de los inversionistas privados, locales y extranjeros. Con un mejor manejo en las actividades privadas permitirán afrontar el reto de transformar la economía ecuatoriana. A nivel regional, Imbabura es una de las provincias con mayor dinamismo económico, representa el 41% de la PEA regional y un 3% a nivel nacional, lo que la constituye en la tercera provincia dentro de la región con mayor generación de ingresos después de Sucumbíos y Esmeraldas, pero en la primera provincia con mayor generación de ingresos procedentes de actividades no petroleras.

Imbabura es una provincia con una diversidad de actividades productivas, la población económicamente activa se ubica principalmente en tres sectores: agropecuario con la mayor participación 28%, la industria manufacturera con el 19% y el comercio al por mayor y menor con el 17%; es decir, estas tres actividades ocupan más del 60% del total. Imbabura tiene 284 mil hectáreas de tierra en uso, lo cual representa el 17% de la superficie total, y el 2% del total nacional, la mayor superficie está concentrada en montes y bosques, que implica más del 40% del total, seguido de los pastos cultivados y naturales que significan el 34% del total, y los cultivos transitorios con el 10%.

La provincia de Imbabura se concentra en el cultivo de productos transitorios en el sector agropecuario, las mayores superficies son de producción de fréjol, maíz suave y duro, trigo, cebada y papa, de estos productos, únicamente el fréjol se destina en parte al mercado internacional, mientras que los demás abastecen el mercado interno. La superficie con cultivos permanentes, representa el 5% del uso de suelo, y es la mitad de la superficie destinada a cultivos transitorios, entre ellos está la caña de azúcar, el plátano, la cabuya, el aguacate, el tomate de árbol, y la naranjilla. Ibarra ha empezado a considerarse como centro urbano bajo la modalidad comercial desde hace mucho tiempo y en la actualidad tiende a ser parte del eje generador del comercio Internacional terrestre y turístico, que al encontrarse dentro de un territorio intercultural atrae el turismo por sus tradiciones, cultura y entorno paisajístico, que definen sus lagos, cañones, ribereños y sitios de atracción con miradores estratégicos, dentro de éste aspecto los pobladores han incursionado en diversas maneras de trabajo, para constituirse en entes productivos y generadores de economía

1.9 Aspecto Tecnológico

Las estadísticas provenientes de encuestas a 21.768 hogares, realizadas en diciembre del 2011 a nivel nacional, regional, provincial, de nivel urbano y rural, indican los avances en cuanto a los servicios de telecomunicaciones y la utilización de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) a nivel nacional, para establecer políticas públicas que benefician a población ecuatoriana. Dentro de la información proporcionada por ambas instituciones, con relación al equipamiento tecnológico en los hogares, desde el 2008 hasta el 2011, el 24,7% de los hogares ecuatorianos cuentan con una computadora de escritorio; asimismo el 9,8% cuentan con un computador portátil, por otro lado, el 78,8% de los hogares posee telefonía celular, es decir, 8,9 puntos más de lo registrado en el 2008. Cabe recalcar, el avance tecnológico es la base para el desarrollo del país. Ministerio de Telecomunicaciones y sociedad de la Información. (Diciembre 2011). Tecnologías de Información y Comunicación. Enero 16, 2016, de Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones Sitio web: <http://www.arcotel.gob.ec/estadisticas-2/>

Por lo que el gobierno ecuatoriano, ha creado reformas que permitan que la compra de tecnología se accesible al bolsillo ecuatoriano, creando y fomentado una vez más el desarrollo de la industria y la inversión en el Ecuador. La educación, el aprendizaje, la obtención de información y la comunicación siguen siendo las razones primordiales de uso de Internet en los hogares ecuatorianos, lo cual nos muestra que las TIC son una fuente de equidad y de mejoramiento de las condiciones de vida. Según el MINTEL se evidencia dinamismo reflejado en las cifras positivas presentadas, de la mayoría de indicadores estudiados. Las TIC se muestran cada vez más como una necesidad en el contexto de la sociedad, donde los cambios rápidos, el aumento de los conocimientos y las demandas de una educación de alto nivel, constantemente actualizada, se convierten en una exigencia permanente.

1.10 Aspecto Educativo

En el Ecuador se ha determinado que son alarmantes las cifras de enfermedades producidas por los negativos hábitos alimenticios, pues durante el año 2013 se registraron miles de muertes debido al consumo de bebidas con altos niveles de azúcar, grasa, sal y calorías permanentes por las malas conductas alimenticias.

Las principales causas que generaron esos fallecimientos se deben a la equivocada manera de alimentarse, en especial al consumo de comida denominada chatarra (que no poseen valor nutricional), por que la ingesta diaria de ésta puede provocar problemas graves de salud que perjudica al organismo humano.

La diabetes, la hipertensión, las enfermedades cardiovasculares, y las enfermedades isquémicas del corazón fueron las principales causas de muerte en el País de acuerdo con las cifras presentadas por el INEC en el 2013. Las autoridades han detectado que estos problemas se presentan debido a que las familias reemplazan la alimentación tradicional, nutricional, y diversa por alimentos procesados industrialmente de baja calidad y altos en nutrientes nocivos como la sal, azúcar y grasa.

Entre los alimentos y productos que afectan el organismo humano se encuentran; tomates enlatados, carnes procesadas o embutidos, aceites vegetales, palomitas de

maíz en microondas, refrescos, dulces sin azúcar, alimentos enlatados, chocolates, productos elaborados con fertilizantes y pesticidas, papas fritas, grasas, hamburguesas, nicotina entre otros. En la actualidad ya se encuentran nuevas alternativas que buscan disminuir el riesgo de enfermedades por malos hábitos alimenticios entre ellos, refrigerios nutritivos en base a frutas y jugos naturales, llevar una dieta saludable y controlar su peso, no abusar de medicamentos sin receta, beber mucho líquido, mantenerse en forma y activo mediante el deporte con rutinas establecidas, seleccionar alimentos de alto nivel nutritivo y escaso valor calórico, dormir las horas necesarias para obtener un descanso reconfortante.

Adicional se ha desarrollado el programa de alimentación escolar, con alimentación para niños y niñas de 3 a 4 años en la educación inicial y entre los 5 y 14 años en la educación general básica de instituciones educativas públicas, fiscomisionales y municipales de las zonas rurales y urbanas. La estrategia del Estado por mejorar la salud de la población es mantener en alerta a la ciudadanía sobre los porcentajes de los productos procesados en el Ecuador, con el fin de emplear buenos hábitos alimenticios la comida saludable.

Tabla.3

Determinación de Aliados Oponentes Oportunidades y Riesgos(Matriz AOR)

ALIADOS	OPORTUNIDADES
Posibilidad de convenios Interinstitucionales con la Asociación de Productores. "JAMBI GIHUA", para garantizar la materia Prima.	Existe un buen nivel de aceptación por parte de la población en cuanto a las actividades de comercio, las mismas que contribuyen a la actividad económica del país.
Población económicamente activa que cuenta con poder adquisitivo aceptable	Territorio intercultural que atrae el desarrollo del Turismo
Clima adecuado para la producción de la materia Prima (la tierra para la siembra no requiere de tratamiento especial)	Es un producto novedoso, que recoge los beneficios y propiedades de la Mashua, stevia y piña que se concentran en la mermelada
	Contribuye con la salud, al ser un producto natural bajo en azúcar y posee beneficios curativos debido a las bondades de su materia prima la Mashua
OPONENTES	RIESGOS
Gran número de empresas dedicadas a la producción de mermelada y sus variedades	Inestabilidad económica por la baja del precio del petróleo
Inexperiencia en el manejo del proceso productivo de la elaboración de mermeladas	Aumento del endeudamiento del país
Desconocimiento de las bondades del producto	Devaluaciones monetarias de países vecinos.

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

FUENTE: Propia

1.9 Identificación de la Oportunidad de Inversión

Luego de haber realizado el análisis en la matriz AOOR, se determina que es factible realizar la inversión en el presente proyecto, debido a que cuenta con el apoyo de empresas que se dedican a fortalecer la producción de las tierras en nuestra localidad, como es la Asociación “JAMBI GIHUA”. Es importante mencionar que para el cultivo de la materia prima, no se requiere de tratamiento especial en las tierras por lo que permite con mayor facilidad obtener el producto base para la creación de nuestra mermelada. Se considera también un proyecto rentable ya que debido al análisis del INEC contamos con población económicamente activa que cuenta con poder adquisitivo aceptable, el mismo que asegura que generará ingresos económicos para nuestro proyecto.

La Ciudad de Ibarra se ha caracterizado por ser la capital turística de los ecuatorianos, pues actualmente existe una infinidad de establecimientos económicos en los que se encuentran locales comerciales con un 33.25%, turísticos con un 6.72%, locales alimenticios con un 10.95% de acuerdo al censo económico del 2009, que brindan a la población variedad de opciones que pueden escoger a la hora de buscar alternativas para distraerse y consumir.

Hoy en día, la principal competencia se ha convertido en ofertar productos novedosos y llamativos que llamen la atención de la población, por lo que, existe la oportunidad de ingresar al mercado, la mermelada de Mashua y Piña endulzada con stevia, convirtiéndose en una expectativa por las propiedades nutritivas y curativas, por su delicioso sabor y su presentación agradable.

No solo pretende ofertar un producto nuevo, sino que también generará mayores oportunidades de empleo que permitan mejorar el estilo de vida de la población, al ser un producto nuevo, no existe competencia que puedan poner en riesgo el desarrollo del presente proyecto.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS

2.1 Proyecto

2.1.1 Idea o Perfil

Hume D. (2009) menciona: “Es todo lo que encontramos en la mente le llama percepción y divide a estas en impresiones e ideas: las ideas son las imágenes debilitadas de las impresiones, como cuando pensamos, imaginamos o recordamos”. (pág. 19)

2.1.2. Factibilidad

Ramírez y Almaguer (2011) definen al estudio de factibilidad como:

El análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, en qué condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de recursos naturales y ambientales. (pág. 98).

Es declarado un proyecto viable, cuando luego de realizar una serie de análisis representados por el estudio de factibilidad que al desarrollarlos determinarán si son rentables o no, y servirán de base para la toma de decisiones en relación a la ejecución del proyecto o no.

2.2 Empresa

García y Casanueva (2011) definen la empresa como:

Una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados. (pág.3).

2.3 Clasificación de las empresas

Se clasifica las empresas de acuerdo con el siguiente detalle:

- **Empresa Individual.-** se denominan también las empresas unitarias o de propiedad única, una persona es la dueña, la actividad de la empresa se extiende a más personas quienes pueden ser familiares o empleados particulares.
- **Empresa Unipersonal.-** Es la persona natural o jurídica que, reúne la calidad de jurídica para ejercer el comercio, destina parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil. La empresa unipersonal una vez inscrita es el registro mercantil quien delega como persona jurídica.
- **Sociedades.-** Son las empresas de propiedad de dos o más personas llamadas también socios, se sub clasifican en sociedades de hecho y de derecho. Las de Hecho son los establecimientos económicos que jurídicamente no están regidos por una organización de regulación, tan solo rinden cuentas al servicio de rentas Internas, y las sociedades de Derecho son regidas por organismos de control como; Superintendencias, y organismos gubernamentales; entre estas sociedades se encuentran; las Compañías, Bancos, Cooperativas de Economía popular y Solidaria, pues ante estos organismos cumplen la normativa y validan los estados financieros ante estos organismos. (Zapata, 2011, pág. 12)

2.4. Definición de PYMES

Existen diversas definiciones del significado de PYMES, elaboradas por diferentes autores y guías de información entre las que detallamos las siguientes;

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Servicio de Rentas Internas SRI (2015,14 de diciembre). ¿Qué son las pymes? Recuperado de <http://www.sri.gob.ec/de/32>.

Las PYMES son la columna vertebral de las economías nacionales. Aportan producción y empleo, garantizan una demanda sostenida, motorizan el progreso y dan a la sociedad un saludable equilibrio. Las empresas pequeñas tienen como

principal virtud justamente su tamaño. Ello les permite abordar aquellas actividades que no pueden ser realizadas por las firmas mayores también les da agilidad, flexibilidad y reflejos que son fundamentales para superar las contingencias de un mercado complejo y de veloces transformaciones. (Cleri, 2014, pág. 23)

Tabla. 4

Principales Características de las Pymes en el Ecuador al 2013

<i>Tipo1</i>	<i>Número Empleados</i>	<i>Valor bruto de ventas anuales</i>	<i>Valor activos totales</i>
<i>Micro</i>	1 – 10	100	Menor a 100
<i>Pequeñas</i>	Hasta 49	Hasta 1'000,000	De 1000,001 hasta 750,000
<i>Medianas</i>	50 – 199	De 1'00,001 a 5'000,000	De 750,001 a 4'000,000
<i>Grandes</i>	Mayor a 200	Mayor a 5'000,000	Mayor a 4'000,000

Fuente: Proyecto de Ley PYMES y Proyecto de Estatuto Andino para las MIPYMES

Elaborado Por: Autoras

2.5. Micro empresa

Es la unidad productiva más pequeña de la estructura empresarial, en términos de la escala de activos fijos, venta y número de empleados, que realizan actividades de producción, comercio, o servicios en áreas rurales o urbanas. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2010, pág.15).

Estas empresas consideradas como pequeñas industrias ayudan a dinamizar la economía en el país ya que generan mayor oportunidades de trabajo, es por ello que se considera importante el apoyo gubernamental en cuanto a facilidades de financiamiento, pagos y plazos con el fin de que los productores, y comerciantes puedan ampliar sus negocios y mejorar sus actividades productivas.

2.5.1 Importancia de la Microempresa

Según MacClure (2010) manifiesta: “La importancia de la microempresa vista como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial”. (pág. 158).

2.5.2 Administración de Microempresas

Anzola Rojas (2010) menciona:

Si no se actúa en congruencia y a tiempo y si no se toman las medidas apropiadas para convertir a la pequeña empresa en un área de oportunidad, es imperativo fomentar y desarrollar fuerzas creativas e innovadoras que conduzcan los esfuerzos de la pequeña empresa por un camino de constante aprendizaje y capacitación siendo prioritaria la mejora continua de cada uno de sus procesos, así como la asimilación de nuevas tecnologías para que sea posible adaptarse a su medio ambiente cambiante y lograr competitividad y el éxito deseado. (pág. 1)

2.6 Mercado

Murcia (2010) define:

Un mercado es un sitio físico o no físico (virtual), en donde encontramos compradores, demandantes y consumidores de bienes y servicios y vendedores, oferentes, productores de bienes y servicios, que interactúan entre ellos a través de comunicar sus múltiples necesidades y de dar respuesta efectiva para solucionarlas. (pág. 43).

2.7 Cliente

Existen diferentes conceptualizaciones sobre cliente para un mejor entendimiento se citan las siguientes definiciones:

Córdova Padilla (2011) manifiesta:

El cliente es el componente fundamental del mercado. Se denomina “Mercado meta”, ya que será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto, constituyéndose en su razón de ser. (pág. 11).

Cabrero (2012) declara:

La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la persona que depende de. Es decir mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer. (pág. 43)

En concordancia con lo expuesto, la base fundamental en una negociación es la satisfacción de las necesidades del cliente, de eso dependerá el éxito o fracaso del negocio debido a que los clientes son la razón de existencia de una empresa sea esta grande, pequeña o mediana empresa.

2.7.1 Tipos de Clientes

Si vemos al cliente desde el punto de vista comercial, la persona (cliente) puede catalogarse en diferentes categorías. Comienza perteneciendo al grupo de público objetivo, pasando luego hacer cliente potencial, y luego al grupo de compradores eventuales y hasta llegar a ser cliente habitual o usuario.

- **Cliente como público Objetivo.-** es aquel que no se interesa en forma particular en el servicio o el producto que la empresa ofrece.
- **Cliente Potencial.-** se interesa, pero aún no se decide a comprar o acudir al servicio de la empresa y/o Institución.
- **Cliente como comprador eventual.-** es aquel que ya se ha decidido comprar pero acude rara vez a la empresa.
- **Cliente habitual o usuario.-** es aquel que está dispuesto a enfrentar las consecuencias de la compra del producto o el acudir al servicio.
- **Clientes Internos.-** Los clientes internos son los empleados que están continuamente relacionándose con otro empleado dentro de la misma empresa e incluso con el cliente externo. Plenec Emilce María José (2005, 17 junio). Tipos de clientes, Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/tipos-de-clientes/>

2.4.3 Marketing

Kloter (2010), define: “la mercadotecnia es un proceso social y administrativo por medio del cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y valores con otros”. (pág. 52).

Mc Carthy (2003) afirma:

El marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de la organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el producto presta al consumidor o cliente. (pág. 48)

- **Evolución del marketing**

Medina (2010) menciona:

Los años sesenta y setenta fueron momentos álgidos del éxito de las nuevas técnicas de marketing del momento. Millones de personas con las necesidades básicas cubiertas lanzaban al mercado por todo tipo de productos y servicios. Innovar era fácil, y las nuevas líneas así como los avances en determinados sectores era lo más común. Todo se vendía cada día aparecían nuevos productos en el mercado y las empresas, comenzaban a mejorar cada vez más la oferta para diferenciarse de la competencia. (pág. 65).

- **Publicidad**

Bullón (2011) manifiesta que:

La publicidad llega al público a través de los medios de comunicación, dichos medios de comunicación emiten anuncios a cambio de una contraprestación previamente fijada para adquirir dichos espacios mediante un contrato de compra y venta por la agencia de publicidad y el medio, emitiendo el anuncio en un horario dentro de un canal de televisión que es previamente fijado por la agencia, y con el previo conocimiento del anunciante, mediante un documento denominado contrato de emisión o difusión. (pág. 78).

Toda empresa, independientemente de su tamaño, requiere dar a conocer los productos y/o servicios que ofrece, por lo que se hace necesario buscar los mecanismos adecuados que permitan llegar a los consumidores o usuarios, para que conozcan sobre la empresa y los servicios que brinda la misma.

Los medios que frecuentemente son utilizados en especial cuando son empresas pequeñas que se encuentran incursionando en su apertura generalmente son; hojas volantes, spots publicitarios, vallas publicitarias, anuncios por radio y televisión, trípticos o dípticos entre los más conocidos.

- **Importancia de Publicidad**

Stanton, Walker y Etzel mencionan:

La publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo hay muchos medios publicitarios, desde las espectaculares playeras impresas y en fechas más recientes es el internet. (pág. 43).

- **Servicio**

Según (Thompson, 2010), define: “A los servicios, como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”. (pág.45).

2.5 Estudio Técnico

Castro (2010), manifiesta:

El estudio técnico engloba la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva. En un enfoque sistemático, el proceso con la función de producción implica, hacia otros, los requerimientos de materia prima e insumos, y hacia delante, la entrega de bienes o servicios. Debe ser congruente con los objetivos del proyecto y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto.

En otros términos, este estudio puede desarrollarse en los niveles de idea, pre factibilidad, factibilidad y proyecto definitivo. (pág. 122).

2.5.1. Inversión

Según (Masse, 2010), menciona: “En economía, la inversión es un término con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación del capital y el postergamiento del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía”. (pág. 25)

2.5.2. Localización

Meza O, Johnny de Jesús (2010), menciona que:

El objeto que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto no es cosa fácil cambiar de domicilio. (pág. 23).

2.5.3. Infraestructura Física

Las instalaciones de una organización no solo son el espacio físico donde se localiza, sino también el lugar donde se desenvuelven y se lleva a cabo el proceso productivo de la misma. De ahí lo importante de que cada decisión que sea tomada en cuanto al diseño y distribución de la empresa, sea el adecuado.

El diseño y la distribución de las instalaciones, son decisiones previamente analizadas y posteriormente seleccionadas, que permiten a la organización llegar a sus objetivos. Esto se debe a que el adecuado diseño y distribución de las instalaciones permite utilizar de manera más eficiente el espacio disponible con que se cuenta, así como facilitar el proceso de manufactura, minimizando inversiones en equipo y tiempo de producción y como consecuencia disminuye los costos en el manejo de los materiales. Cuervo. D. (Enero, 2016). Infraestructura. Febrero 20, 2016, de International Recovery Platform Sitio web: <http://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/6-Infraestructura.pdf>

2.6 Estudio Financiero

Padilla (2011) manifiesta:

En el estudio financiero se especifican las necesidades de recurso a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto. Permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generara y la manera como se financiara". (pág. 186)

2.6.1. Presupuesto

Kaffury M. (2012) define al presupuesto como:

Un plan expresado en términos cuantificativos; en otras palabras podemos decir que un presupuesto es la determinación y asignación de los recursos requeridos para la consecución de los objetivos. El presupuesto sirve como un importante instrumento de dirección, es tan grande su importancia, que se puede aseverar que quizás sea la principal herramienta para dirigir eficazmente una empresa, mediana o grande. El presupuesto es una reseña total de operaciones de una empresa, para un período futuro, expresado en dinero. (pág.145)

2.6.2. Financiamiento

El término financiamiento tiene algunas definiciones se consideran las más acertadas las siguientes:

Lerma A., & Castro A. (2009) defienden:

El financiamiento consiste en proporcionar los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha, desarrollo y gestión de todo proyecto o actividad económica. Siendo los recursos económicos obtenidos por esta vía, recuperados durante el plazo y retribuidos a un tipo de interés fijo o variable previamente establecido. (pág.18)

Masse (2010) afirma:

Es el conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. (pág. 27)

2.6.3 Estados Financieros

Calderón (2009) menciona:

Los estados financieros son cuadros sistemáticos que presentan en forma razonable, diversos aspectos de la situación financiera de la gestión de una empresa, de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados. (pág.1).

“La situación financiera de una entidad es la relación entre los activos, los pasivos y el patrimonio en una fecha concreta, tal como se presenta en el estado de situación financiera”. (Internacionales, 2010, pág. 10)

- **Activo**

“Un activo es un recurso controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos”. (Norma Internacional de información Financiera para pequeñas y medianas Entidades, 2009, pág. 18).

- **Pasivo**

“Un pasivo es una obligación presente de la entidad, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos”. (Norma Internacional de información Financiera para pequeñas y medianas Entidades, 2009, pág. 18).

- **Patrimonio**

“Es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos”. (Norma Internacional de información Financiera para pequeñas y medianas Entidades, 2009, pág. 18).

- **Activos Fijos**

Hace referencia a aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. Se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales, equipamiento, herramientas y utensilios con los que o se va a comercializar, es decir, que no se van a convertir en líquido, al menos durante el primer año, y se clasifican en:

Activos Fijos Tangibles.- Se incluyen todos aquellos bienes y materiales tangibles, es decir, se pueden tocar. En función de las características del negocio los activos fijos podrán variar de manera notoria. Algunos de los bienes tangibles de los que pueden disfrutar las empresas, acorde a la clasificación establecida por el plan general contable son: Terrenos y bienes naturales, construcciones, instalaciones técnicas, maquinaria, mobiliario. Equipos para procesos informáticos, elementos de transporte, otros.

Activos Fijos Intangibles.- Por su parte, los activos intangibles hacen referencia a aquellos bienes y derechos que no son físicos o palpables como tal. Se trata de bienes como marcas, permisos, patentes, derechos de traspaso, fondos de comercio o gastos de investigación. (Norma Internacional de Información Financiera para pequeñas y medianas Entidades, 2009, pág. 19-20).

- **Egresos**

Zapata (2011) menciona:

Son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del período contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien de nacimiento o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio neto, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio. (pág.484).

- **Costos**

Según García C. (2010) menciona:

Como el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren. En el momento de la adquisición se incurre en el costo, lo cual puede originar beneficios presentes o futuros. (pág. 9).

- **Tipos de Costos**

Para ilustrarles los principales tipos de costos, de una manera ordenada, se utilizará una clasificación general de los costos, recopilados de distintos autores reconocidos, para dilucidar su utilización y propósito de los mismos. Se clasifican de acuerdo con la función en la que incurren:

- a) **Costos de Producción.-** Son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados; se subdividen en:

Costos de materia Prima.- Es el costo de materiales integrados al producto, por ejemplo la malta utilizada para producir cerveza, el tabaco para producir cigarros. etc.

Costos de mano de Obra.- Es el costo que interviene directamente en la transformación del producto. Por ejemplo, el sueldo del mecánico, del soldador, etc.

Gastos Indirectos de Fabricación.- Son los costos que intervienen en la transformación de los productos, con excepción de la materia prima y la mano de obra directa. Por ejemplo el sueldo del supervisor, mantenimiento, energéticos, depreciación, etc.

- b) **Costos de distribución o venta.-** Son los que incurren en el área que se encarga de llevar los productos terminados, desde la empresa hasta el consumidor. Por ejemplo, publicidad, comisiones, etc.

- c) **Costos de Administración.-** Son los que se originan en el área administrativa, o sea, los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa, como pueden ser sueldos, teléfono, oficinas generales, etc.
- d) **Costos Financieros.-** Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento, incluyen costo de intereses por pago de préstamos. (García Colín, 2011, pág. 12-14).

2.6.4 Simbología de flujo de procesos

Los diagramas de flujo se utilizan para describir y mejorar el proceso de transformación en los sistemas productivos. El análisis de procesos, puede por lo tanto, tener un amplio efecto sobre todas las partes de operaciones y para poder analizarlos, se selecciona un sistema relevante y se describen sus insumos y productos, límites y transformaciones.

En esta gráfica se desglosa el proceso en términos de los símbolos que se muestran a continuación; Carro P. Roberto & Gonzáles G. Daniel (2000). Diagrama de Flujo de Procesos. *Diseño y Selección de Procesos*, 14-16

Tabla 5
Simbología de Flujo de Procesos

	Operación
	Transporte
	Inspección
	Demora
	Almacenaje
	Combinada

Nota: Elaborado por las Autoras

2.6.5. Gastos

Cuellar Díaz, Vargas Héctor & Castro Carlos (2012) sostienen:

Gasto es la salida de dinero que realiza una empresa o persona natural, con el objeto de administrar adecuadamente un proceso productivo o un negocio, así como también ejecutar las labores de venta, promoción y distribución de los productos manufacturados, los servicios prestados y las mercancías adquiridas para revender. (pág. 12)

2.7. Evaluación Financiera

Según Mokate (2011) menciona:

La evaluación financiera busca cuantificar el impacto efectivo, positivo o negativo de un proyecto, sirve para verificar la coincidencia de las labores ejecutadas con lo programado, su objeto consiste en “explicar” al identificar los aspectos del proyecto que fallaron o no, si estuvieron a la altura de las expectativas. Analiza las causas que crearon esta situación, también indagada sobre los aspectos exitosos, con el fin de poder reproducirlos en proyectos futuros, ya sean de reposición o de complementos. (pág.27).

2.7.1. Valor Actual neto (VAN)

Jarrín (2010) define:

Valor neto de una inversión se entiende a la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial. Es un método de valoración de una inversión que permite visualizar la diferencia entre cobros y pagos generados en una inversión. Lo que permite tomar decisiones sobre la inversión.

- Si el VAN ES $>$ a cero es viable el proyecto, los flujos descontados son superiores al monto de la inversión realizada.
- Si el VAN es $<$ a cero no es viable el proyecto, los flujos de recursos a valor actual son inferiores al monto de la inversión realizada.

- Si el VAN es = a cero, es viable pero es necesario un análisis más profundo de la sensibilidad del proyecto considerando que las expectativas de riesgos- rentabilidad están en el límite previsto. (pág. 146).

2.7.2. LA TIR, Tasa Interna de Retorno

Brealey (2009) menciona:

Es la rentabilidad que devuelve la inversión en el futuro o en el tiempo y permite igualar a la inversión con los flujos futuros. En otras palabras la tasa interna de retorno hace nulo el valor actual neto del proyecto de inversión; para que el proyecto sea rentable la TIR tiene que ser superior al costo del capital.

La tasa interna de retorno o rendimiento mide la rentabilidad relativa media por período del proyecto de inversión sobre el capital que permanece invertido a principios de cada período; incluye la retribución a los recursos financieros del capital invertido, además se refiere al capital que a principio de cada año permanece inmovilizado en el proyecto y no al capital que se inmoviliza inicialmente. (pág. 226).

2.7.3. Costo Beneficio

Martínez (2010) afirma:

El análisis Costo- Beneficio es el proceso de colocar cifras en los diferentes costos y beneficios de una actividad. Al utilizarlo podemos estimar el impacto financiero acumulado de lo que queremos lograr. El análisis de costo- beneficio es el acercamiento de la escala de peso para la toma de decisiones. Todos los elementos positivos (los movimientos de efectivo y otras ventajas intangibles) se ponen en un lado del equilibrio y todos los elementos negativos (los costos y las desventajas) se ponen en el otro lado, depende del resultado para la toma de decisiones. (pág. 197)

2.7.4. Proceso Organizacional

- **Importancia de la Administración**

Koontz (2009) menciona:

La administración es un medio para lograr que las cosas se realicen de la mejor manera, al menor costo y con la mayor eficiencia y eficacia posible. Se fundamenta en: Universalidad (que es aplicable a cualquier organismo social), significación del

trabajo, productividad y eficacia, bien común (optimizar interrelaciones –generar empleo). (Pág. 128)

- **Elementos de la Administración**

Henri, F. (2011) sostiene:

Que si la organización desea obtener metas duraderas, debe coordinar los recursos con que cuenta el administrador está obligado a preveer, organizar, mandar, coordinar, controlar, es la herramienta que permite administrar a la empresa y sus procesos (pág. 267).

Planeación

García, A. (2010) manifiesta:

Planeación es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto del futuro en la cisión y formulación de las actividades propuestas que se crean necesarias para alcanzar los resultados deseados. También es determinar los objetivos y los cursos de acción que deben tomarse. Debemos preguntarnos ¿qué se necesita?, ¿Qué recursos de acción deben adoptarse?, ¿Cómo y cuándo realizarlos? (pág. 18-19)

Organización

Hernández (2011) afirma:

La organización es la estructuración de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro los planes y objetivos señalados”. (pág. 201).

Dirección

Para (Griffin, Treviño Rosales, & Arriola Miranda, 2011), la dirección es: “El conjunto de procesos que se utilizan para que los miembros de la organización trabajen juntos para promover los intereses de la organización”. (pág. 9)

Control

Alemán, M. & Rodríguez, E. (2012) manifiesta










La efectividad del control depende, primero de la formulación clara, concisa y cuantitativa de los objetivos y, segundo, de la disposición de información veraz y continua sobre las variables objeto de control. Se trata, por lo tanto, de estimar en qué medida la estrategia se ha ejecutado o se está ejecutando correctamente. (pág. 466).

2.8 Flujograma Administrativo

Gómez, G. (2009) declara:

El flujograma es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida, el tiempo empleado, etc. (pág. 98).

Tabla 6
Flujograma Administrativo Simbología

SÍMBOLO	DEFINICIÓN	DESCRIPCIÓN
	Inicio o término	Indica el principio o el fin del flujo, se usa para indicar una oportunidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Proceso	Representa la ejecución de una operación por medio de la cual se realiza una parte del procedimiento descrito.
	Documento	Cualquier documento impreso.
	Documentos	Varios documentos.
	Decisión	Decidir una alternativa específica de acción.
	Archivo	Significa el depósito final o temporal de documentos en archivo.
	Conector de página	Indicador que une o enlaza con otra hoja diferente en la que continúa el diagrama de flujo.
	Conector	Une o enlaza una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.
	Línea de seguimiento	Indicación del flujo del proceso

NOTA: Elaborado por las Autoras

Fuente: Adaptado de Bocanegra, H. (2012. Publicado en Flujogramas y Flujogramas. (pág. 13). Bogotá. Fundación SIIGO

2.9. Materia Prima a Utilizar

Es una planta herbácea, de tallos cilíndricos y hábitos rastreros como el mastuerzo. Tiene crecimiento erecto cuando es tierna y de tallos postrados con follaje compacto cuando madura. Las hojas son delgadas de color verde oscuro brillante. Los tubérculos son cónicos y alargados con un ápice agudo. La mashua, es una planta originaria de los Andes centrales, y la mayor concentración se encuentra en Bolivia y en el Perú entre los 3.500 y 4.100 msnm



Gráfico 10. Mashua

Fuente: Admin. (2009). Rescate de la mashua por Indígenas En el Ecuador. Recuperado de <http://organicsa.net/rescate-de-la-mashua-por-indigenas-en-ecuador.html>

En Colombia se cultivan variedades que crecen entre los 2.600 y 3.500 msnm. Este tubérculo mide de 5 a 15 centímetros de largo, son muy parecidos a la oca pero se diferencian por tener una forma cónica alargada, yemas profundas y una variedad de colores como; amarillo, blanco, rojizo, morado, gris y negro con rayas y pintas cortas.

Es un tubérculo con textura arenosa y sabor fuerte que al cocinarse se vuelve más suave y dulce. La mashua es muy rústica, por ello puede cultivarse en suelos pobres, sin uso de fertilizantes y pesticidas, y aún en estas condiciones, su rendimiento puede duplicar al de la papa”. Es curativa para enfermedades de la próstata, pues es un potente desinflamante. Ministerio de Cultura y Patrimonio (2013). Patrimonio Alimentario. Fascículo Nro.2 (pág. 2-3). Recuperado de: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/11/PAlimento-N2.pdf>

2.9.2. Propiedades de la Mashua

La mashua tiene un alto valor nutritivo: en proteínas, carbohidratos, fibra y calorías. No debe exagerar su consumo, primero se debe consultar al doctor o nutricionista. Se utiliza como ingrediente para algunos antibióticos y según los especialistas reducen los niveles de la testosterona, por lo que suele recomendarse para prevenir y curar afecciones a la próstata. Se le atribuye propiedades curativas para el hígado y riñones. También se utiliza contra los cálculos renales, en el antiguo Perú lo usaba contra la anemia y las infecciones urinarias. La mashua tiene la propiedad de ser un antioxidante que previene el envejecimiento celular, pues uno de sus componentes es la vitamina E, la vitamina D, en cambio sirve para la absorción del calcio y del complejo B, que ayuda en el metabolismo del organismo.

Otra de sus cualidades curativas es que actúa como diurético. Las culturas andinas lo usaban como remedio para limpiar las vías urinarias y el riñón, la mashua contiene propiedades que hace que los riñones funcionen de mejor manera, porque produce mayor acidez en la orina y como consecuencia las personas orinan como consecuencia las personas orinan constantemente durante el día y elimina las toxinas del organismo. Ministerio de Cultura y Patrimonio (2013). Patrimonio Alimentario. Fascículo Nro.2 (pág. 4-5). Recuperado de: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/11/PAlimento-N2.pdf>

2.9.3. Piña



Gráfico 12. Piña

Fuente: Revista la Opinión (2015). 6 Frutas que hidratan tu cuerpo. Recuperado <http://www.laopinion.com/2015/07/20/6-frutas-que-hidratan-a-tu-cuerpo/>

La palabra “Piña” (fruta) proviene de la palabra del español “piña” que se refiere a un cono-coníferas- o estróbil. Las piñas fueron descubiertas por los europeos en 1493 en la isla caribeña de Guadalupe.

Los primeros intentos de los europeos para cultivar la fruta fallaron hasta que se dieron cuenta de que la fruta necesita un clima tropical para florecer. A finales del siglo XVI, los exploradores portugueses y españoles introdujeron las piñas en sus colonias de Asia, África y el Pacífico Sur.

Debido a que las piñas son muy perecederas, las piñas frescas eran una rareza para los primeros colonos americanos. La piña fresca se convirtió en un símbolo de prestigio y clase social. Las piñas se cultivaron a gran escala por primera vez en el siglo XVIII en Hawái. Hawái es el único estado de la unión americana donde todavía se cultivan. Otros países que cultivan comercialmente piñas son: Tailandia, Filipinas, China, Brasil y México. Al fruto le toma casi tres años en madurar. Las fábricas de conservas utilizan todos los trozos de la piña, la cáscara y el corazón son utilizados para hacer una gran variedad de productos, como vinagres, alcohol y comida para mascotas.

La piña suele ser una de las frutas preferidas por pequeños y mayores debido a su sabor, aunque la mayoría desconoce qué propiedades beneficiosas la caracterizan. Conviene saber que las frutas, en general, son alimentos ricos en fibra, hidratos de carbono, vitaminas y minerales, mientras que su contenido en grasa y proteínas es bajo.

La piña, en particular, es una fruta poco calórica, ya que aporta unas 100 Kcal por ración (es decir, cada 200 g) y, además, es muy rica en agua: 200 gramos de piña contienen unos 160 gramos de agua. Delgado F. (2015). Piña Beneficios y Propiedades. Recuperado de <http://vitaminas.org.es/pina>

2.9.4 Propiedades nutricionales y medicinales de la Piña.

Es rica en hidratos de carbono, como estos son de absorción lenta nos da energía durante más tiempo, la piña contiene minerales como el hierro, el magnesio, el yodo, el zing o el maganeso.

Posee vitaminas A, del grupo B y C, haciendo de la piña una excelente fuente de antioxidantes que combaten a los radicales libres y retrasan el envejecimiento. Hasta un 85% de la piña es agua, esto quiere decir que saciará y mantendrá hidratado el cuerpo por mucho más tiempo.

Esta fruta nos ayuda a eliminar o a quemar las grasas, siendo muy recomendada y beneficiosa para personas con celulitis, obesidad o sobrepeso. La piña tiene propiedades anti-inflamatorias, por lo que resulta muy beneficiosa en casos de artritis o gota, su fibra nos ayuda a depurar el organismo y a ir regularmente al baño, por lo que nos ayudará a prevenir el estreñimiento.

Uno de los minerales que tiene la piña, el potasio, facilita la eliminación de líquidos por su efecto diurético y evita los edemas, además así se purifica y desintoxica el organismo. La piña fortalece nuestro sistema inmunológico para que este pueda responder correctamente ante los ataques de patógenos.

Si existen indicios de anemia o se pretende evitarla, la piña es una fruta que favorece la absorción de hierro, ejerce un efecto anticoagulante en la sangre, ayudando a fluidificarla y evitar los trombos, por lo que personas con mala circulación sanguínea se beneficiarían al consumir piña.

Debido a su gran cantidad de propiedades se lo consume en jugos, y como fruta por lo que la demanda de este producto es muy alta. Delgado F. (2015). Piña Beneficios y Propiedades. Recuperado de <http://vitaminas.org.es/pina>

2.9.5. Stevia



Gráfico 13. Stevia

Fuente: El unieverso.com (2014). Stevia Ecuatoriana traspasa Fronteras y proyectan procesarla.

La stevia es un pequeño arbusto herbáceo que no suele sobrepasar los 80 cms de alto, de hoja perenne, y de la familia de los crisantemos. Su nombre culto es *Stevia Rebaudiana* Bertoni, en honor a los dos científicos (Rebaudí y Bertoni) que la estudiaron y clasificaron en primer lugar.

Es originaria de la cordillera de Amambay, entre Paraguay y Brasil, en donde crece de forma espontánea, y ha sido consumida por los indios guaraní durante siglos, mucho antes de la llegada de los españoles a América. Los nativos la llamaban Ka'a He'e, que se pronuncia con doble a y doble e, y h aspirada como la h inglesa, con pronunciación aguda en ambos casos. Ka'a He'e significa yerba dulce en español.

La stevia procede de la misma zona que la yerba mate, que es el té sudamericano, por lo que no es extraño que se utilizara desde tiempo inmemorial para endulzar el mate, y por tanto puede decirse que la stevia es el edulcorante natural más antiguo que se conoce.

La hoja de la stevia es la parte más dulce de la planta y donde residen sus propiedades terapéuticas. Las flores de la stevia son pequeñas y blancas, y no demasiado vistosas. Reyes R. Herrera M., Cenacho L... (2014). Estudio de la Stevia (*Stevia Rebaudiana* Bertoni) como edulcorante natural y su uso en beneficio de la salud. Febrero 19, 2016, de Scientia Agropecuaria Sitio web: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2077-99172014000300006&script=sci_arttext

2.9.6 Propiedades de la Stevia

La stevia tiene cero calorías y es muy buena para perder peso, ya que reduce la ansiedad por la comida (tomando de 10 a 15 gotitas 20 minutos antes de las comidas), y al regular la insulina, el cuerpo almacena menos grasas. También disminuye el deseo de tomar dulces y grasas y es un diurético suave. Y por si fuera poco realza el aroma de las infusiones o alimentos donde se añada.

Es ideal para los diabéticos ya que regula de forma natural los niveles de glucosa en sangre. Numerosos estudios han demostrado sus propiedades hipoglucémicas, mejora la tolerancia a la glucosa y es recomendado para los pacientes diabéticos.

Es un hipotensor suave, bajo la presión arterial que este demasiado alta y regula los latidos del corazón, tiene efecto vasodilatador y diurético y cardiotónico, facilita la digestión y las funciones gastrointestinales. Además contrarresta la fatiga y nutre el hígado, los páncreas y el bazo.

Retarda la aparición de las caries (por eso se usa también para hacer enjuagues bucales y como componente de la pasta de dientes), puede ayudar en la desintoxicación del tabaco y del alcohol, ya que el té de stevia reduce el deseo hacia estos dos tóxicos.

Tiene efectos antibióticos, previene e inhibe la reproducción de bacterias y organismos infecciosos, mejora la resistencia frente a resfriados y gripes y se lo puede utilizar en todo, como para hacer tartas, galletas, refrescos, mermeladas, entre otros. Reyes R. Herrera M., Menacho L... (2014). Estudio de la Stevia (Stevia Rebaudiana Bertoni) como edulcorante natural y su uso en beneficio de la salud. Febrero 19, 2016, de Scientia Agropecuaria Sitio web: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2077-991720140003000006&script=sci_arttext

2.10. La mermelada

Durán (2010) menciona:

La mermelada como un producto de consistencia pastosa o gelatinosa, obtenida por la cocción y concentración de frutas sanas, adecuadamente preparadas, con adición de edulcorantes, con o sin adición de agua y con trozos de frutas que presentan un agradable sabor. (pág. 261).

2.10.1 Características de la mermelada

Durán (2010) manifiesta: “Una verdadera mermelada debe presentar un color brillante y atractivo, debe estar bien gelificada sin demasiada rigidez, de forma tal que pueda extenderse perfectamente”. (pág. 261).

2.10.2 Análisis Nutricional

La mermelada se compone básicamente de fruta y azúcar. Surgió con la idea de poder conservar más tiempo la fruta, pues el azúcar es un conservante natural. Y como solo consta de azúcar y fruta sus niveles de grasa son nulos.

La mermelada está constituida básicamente por hidratos de carbono, pero esos hidratos de carbono son azúcares, muy energéticos y calóricos. Aproximadamente, una mermelada común tiene 240 calorías por 100 gramos, pero nadie se toma la mermelada de 100 en 100 gramos así que tampoco hay que obsesionarse con eso. Jam (2015). Mermeladas. Recuperado de http://www.magrama.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/mermelada_tcm7-315246.pdf

2.10.3 Tipos de Mermeladas

Podemos diferenciar entre tres tipos de mermeladas: la tradicional, la que usa fructosa, y la que no tiene azúcares añadidos.



Gráfico 14. Mermelada

Fuente: Tributo Campesino (2016). Mermeladas. Recuperado de <http://www.tributocampesino.cl/mermeladas/>

- **La mermelada Tradicional.-** Es la que usa azúcar común o sacarosa. Las hay de multitud de sabores, pero en general, todas usan la misma cantidad (más o menos) de azúcar. Esta mermelada no es mala por sí misma, pero no es recomendable para personas que estén cuidando su línea, o para quienes consumen mermelada diariamente.

- **La mermelada con fructosa.-** Sustituye el azúcar común por fructosa (que es el azúcar de la fruta). Esta mermelada es apta para personas diabéticas (a diferencia de la mermelada tradicional), especialmente para diabéticos del tipo 1, ya que este tipo de azúcares se absorbe rápidamente pero no eleva los niveles de glucosa en la sangre. Sin embargo, la fructosa contribuye a aumentar el nivel de triglicéridos, por lo que no es recomendable para personas que tengan este problema. Además, el aporte calórico es idéntico al de la mermelada tradicional, por lo que tampoco se recomienda a personas con sobrepeso.
- **La mermelada sin azúcares añadidos.-** Tiene un valor energético muy bajo, ya que usa sustitutos del azúcar como la sacarina o el aspartamo. Son ideales para personas que están con dieta.
- **Las mermeladas Light.-** En principio las mermeladas light son aquellas que usan edulcorantes no energéticos, como la sacarina o el aspartamo, pero no es muy confiable el título de light, sin leer antes la etiqueta con los ingredientes. Es bueno asegurarse que no contiene ni azúcar, ni fructosa. Las mermeladas con fructosa o veces llevan el nombre de “light”, pero no son bajas en calorías.
- **Las mermeladas reducidas en calorías.-** Las mismas están preparadas con parte de azúcar, o azúcar dietética, contienen menos sacarosa, ya que se reemplaza por edulcorantes artificiales y una porción de las mismas contiene unas 20 calorías. Oteíza E. (2014). Diabetes ¿Cómo elegir la mermelada adecuada? Recuperado de http://www.fundavidi.org/home/index.php?option=com_content&view=article&id=122:diabetes-icomo-elegir-la-mermelada-adecuada&catid=56:consultas&Itemid=129

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción.-

Mediante la investigación de mercado se analizan variables como precio, plaza, producto, promoción, la oferta y la demanda con la finalidad de establecer oportunidades de cobertura y posicionamiento de la pequeña empresa y el grado de aceptación de nuevos productos en el mercado.

El estudio de mercado es la base sobre la cual se analiza la viabilidad comercial y permite la toma de decisiones con el fin de lograr los objetivos propuesto además que es el inicio del estudio de los siguientes capítulos, pues este estudio mide el nivel de aceptación del producto, además se determina en la interpretación de resultados de las encuestas, entrevistas e información secundaria establecer, el mercado, el precio, el producto, y la publicidad del mismo.

El proyecto en estudio es nuevo y tiende a fomentar la agroindustria que actualmente en la ciudad carece de apoyo en este tipo de emprendimientos, esto se ha visto reflejado en la poca comercialización de productos agroindustriales, debido a que una gran parte lo producen en otras provincias, pudiendo por lo contrario convertirse en una buena oportunidad de fomentar el emprendimiento.

3.1.1. Características del producto

La mermelada de mashua y piña endulzada con stevia se convierte en una alternativa para el consumo de personas de todas las edades que desean cambiar sus dietas alimenticias por productos naturales que previenen enfermedades y mejoran la salud. La mermelada compuesta de mashua, piña endulzada con stevia se convierte en una golosina natural que no solo puede prevenir muchas enfermedades sino también curarlas, pues combinados estos tres productos se tendrá como resultado una mermelada capaz de evitar enfermedades que afectan a

la salud y al organismo humano debido a la retención de líquidos por el contenido de fibras que sacian el hambre, para las personas que desean normalizar su flora intestinal, para evitar la obesidad, también se considera una buena opción para personas que no pueden consumir azúcar procesada por problemas de salud. Se ha comprobado científicamente que previene, desinflama y cura cierto tipo de enfermedades debido al consumo periódico de este producto.

La stevia es una planta medicinal que en la actualidad forma parte de muchos estudios científicos sobre las características que posee su extracto obteniendo como resultado, que sus hojas tienen un dulzor más elevado que la caña de azúcar. La piña fruta que contiene 85% de agua, con vitamina C recomendada a las personas con problemas de estreñimiento, retención de líquido, previene el estreñimiento, normaliza la flora intestinal y evita la obesidad.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivos General

Realizar un estudio de mercado para establecer la demanda, oferta, precios y estrategias comerciales de la mermelada de Mashua y Piña endulzada con stevia, mediante encuestas aplicadas a la población en la Ciudad de Ibarra.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la demanda y sus preferencias mediante encuestas, para determinar la satisfacción del producto.
- Analizar la oferta de las mermeladas en el mercado mediante entrevistas a expertos para conocer la competencia.
- Analizar el precio adecuado para el producto propuesto mediante el costo de producción para determinar el precio de venta.
- Determinar el lugar óptimo para la venta del nuevo producto mediante la observación para la producción del producto,
- Establecer estrategias de publicidad y promoción del producto del proyecto mediante un análisis de mercado para determinar la publicidad y promoción.

TABLA NRO.7**Matriz Diagnóstica del Estudio de Mercado**

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTES	TECNICAS	REFERENCIA DE FUENTE
Identificar la demanda insatisfecha y sus preferencias	DEMANDA	Marcas de Preferencia del Cliente	Primaria	Encuesta	Población
		Cantidad de Consumo	Primaria	Encuesta	Población
		Frecuencia de Consumo	Primaria	Encuesta	Población
Analizar la oferta de las mermeladas en el mercado	OFERTA	Mercado meta	Primaria	Encuesta	Población
		Presentaciones del Producto	Primaria	Encuesta	Población
Analizar el precio adecuado para el producto propuesto	PRECIO	Costo	Primaria	Encuesta	Población
		Precio de Venta	Primaria	Encuesta	Población
Establecer estrategias de publicidad y promoción del producto	PROMOCION Y PUBLICIDAD	Medios de Comunicación	Primaria	Encuesta	Población
		Imagen y presentación del producto	Primaria	Encuesta	Población
Determinar el lugar óptimo para la venta del nuevo producto	PLAZA	Lugar de compra del producto	Primaria	Encuesta	Población
		Lugar de venta del Producto	Primaria	Encuesta	Población
		Identificación del mercado meta	Primaria	Encuesta	Población
Determinar el nivel de aceptación del producto	PRODUCTO	Presentación del producto	Primaria	Encuesta	Población
		Tamaño y presentación del producto	Primaria	Encuesta	Población
		Costo del Producto	Primaria	Encuesta	Población

NOTA: Elaborado Por: LAS AUTORAS**FUENTE:** Propia de las Autoras

3.4 Segmento del mercado

Existen dos segmentaciones de mercado que son: la geográfico porque se toma en cuenta a la población de la Ciudad de Ibarra, y la segmentación familiar dividiendo la población para el índice familiar de la consultados en la página web del INEC.

3.5 Determinación de la muestra

En la presente investigación de mercado a la población que se selecciono es la de la ciudad de Ibarra, según el censo realizado en el 2010 por el INEC existen 139.721 habitantes lo que permite tomar en cuenta estos datos para el cálculo de la muestra. Además se considera las parroquias urbanas y rurales de todo el conglomerado social para análisis del proyecto. Posteriormente se dividió para el número promedio del índice familiar dando 37.661 para el 2010.

3.6 Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra serán investigados los consumidores, para lo cual se toma en cuenta a toda la población Ciudad de Ibarra 139.721 dato obtenido del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC; y esta a su vez se dividirá para 3,71 de promedio de personas por familia. Debido a que la población es demasiado amplia se debe realizar el método del muestreo. Antes de realizar el mecanismo del muestreo se procede actualizar la información, mediante una proyección utilizando la fórmula de crecimiento exponencial con el crecimiento poblacional que es del 2,02 para la Ciudad de Ibarra.

Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	ÁREA		
		URBANO	RURAL	Total
IBARRA	AMBUQUI	-	5,477	5,477
	ANGOCHAGUA	-	3,263	3,263
	CAROLINA	-	2,739	2,739
	IBARRA	131,856	7,865	139,721
	LA ESPERANZA	-	7,363	7,363
	LITA	-	3,349	3,349
	SALINAS	-	1,741	1,741
	SAN ANTONIO	-	17,522	17,522
	Total	131,856	49,319	181,175

Gráfico 14. Cálculo de la Muestra

Fuente: Censo Poblacional 2010 del INEC

DESCRIPCIÓN		Tasa de Crecimiento Anual 2001-2010		
		Hombre	Mujer	Total
		1.96%	1.93%	1.95%
100150	IBARRA	2.01%	2.03%	2.02%
100151	AMBUQUI	0.06%	0.59%	0.33%
100152	ANGOCHAGUA	-1.73%	-1.48%	-1.60%
100153	CAROLINA	-0.44%	-0.64%	-0.54%
100154	LA ESPERANZA	1.15%	1.03%	1.09%
100155	LITA	3.49%	3.82%	3.64%
100156	SALINAS	0.03%	0.60%	0.30%
100157	SAN ANTONIO	2.41%	2.59%	2.50%
100250	ATUNTAQUI	2.13%	2.15%	2.14%

Gráfico 15. Tasa de Crecimiento Poblacional Nacional

Fuente: Censo poblacional 2010

TABLA 8.

Cálculo de la Muestra

DETALLE	2010	2011	2012	2013	2014	2015
POBLACIÓN	139.721	142.543	145.423	148.36	151.357	154.415
PROMEDIO POR FAMILIA	3,71	3,71	3,71	3,71	3,71	3,71
POBLACION FAMILIAR	37.661	38.421	39.198	39.989	40.797	41.621

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

FUENTE : Documentación Primaria

$$n = \frac{N \delta^2 Z^2}{e^2 (N-1) + \delta^2 Z^2}$$

Z2 = Nivel de confiabilidad 95% --- 1.96

N = Universo o población

d2 = Varianza de la población 0.25

n = Tamaño de la muestra

E = Límite aceptable de error de muestra 5%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.25 * 41.621}{0.05^2(41.621 - 1) + 1.96^2 * 0.25}$$

$$n = 381$$

Que de acuerdo con los sectores que se seleccionaron para realizar las encuestas se distribuyeron de la siguiente manera;

TABLA 9.
Parroquias y Barrios en los que se Aplicaron las Encuestas

	PARROQUIAS	BARRIOS	ENCUESTAS REALIZADAS	TOTAL ENCUESTAS	%
URBANAS	ALPACHACA	H. EL SEGURO	2	2	0.52
	SAN FRANCISCO	PARQUE DEL AGUILA	20	20	19.42
		ESQUINA DEL COCO	4	4	
		REDONDEL CABEZAS B.	40	40	
		REDONDEL DE LA MADRE	10	10	
	EL SAGRARIO	EL OBELISCO	15	15	16.54
		PARQUE LA FAMILIA	12	12	
		ANTIGUO CUARTEL	10	10	
		ROCAFUERTE	6	6	
		BOLIVAR	20	20	
	PRIORATO Y LA LAGUNA	CIUDADELA UNIVERSITARIA	30	30	21.00
		LA ADUANA	50	50	
	LOS CEIBOS Y RUINAS DE CARANQUI	LOS CEIBOS	33	33	39.90
		CARANQUI	49	49	
		LA ESPERANZA	31	31	
		LA CANDELARIA	11	11	
		CUATRO ESQUINAS	28	28	
RURALES	SAN ANTONIO	SAN ANTONIO	10	10	2.62
	TOTAL			381	100.00

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Entrevistas efectuadas a la Población

Para que exista efectividad en las encuestas, se efectuó la distribución de las mismas, de acuerdo con el número de habitantes por cada barrio que comprende la zona urbana como la rural y todos los extractos sociales, con la finalidad de obtener una visión más acertada sobre la información que se requiere para el desarrollo del proyecto.

1.7. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta

1. ¿Estaría de acuerdo con la creación de la Planta de mermelada de Mashua y piña, endulzada con stevia?

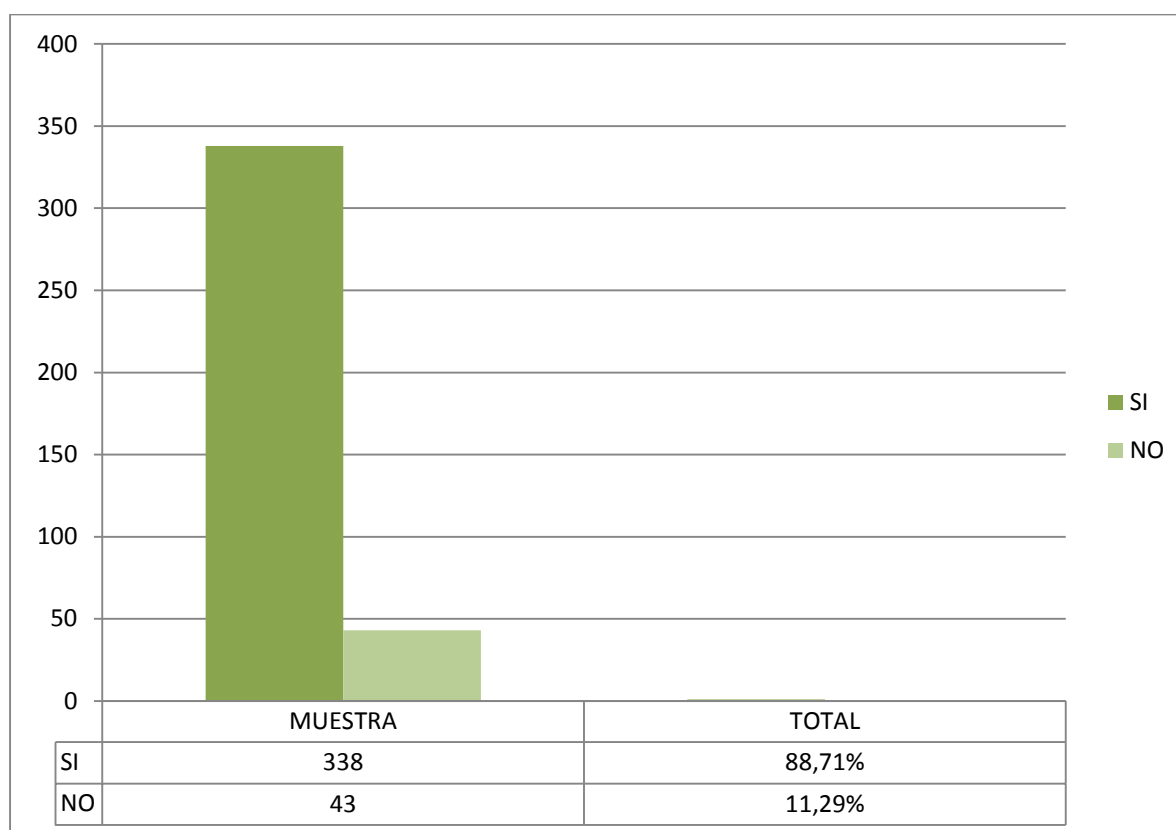


GRAFICO 16. Creación Planta Procesadora

FUENTE: Elaborado por las Autoras

Análisis

Pese al desconocimiento que la población tiene de las propiedades curativas y del sabor que pueda tener la mermelada de Mashua y piña endulzada con stevia existe aceptación del producto, debido a que existe incertidumbre sobre el sabor del principal componente que es la mashua.

2. ¿Qué marca de mermelada consume?

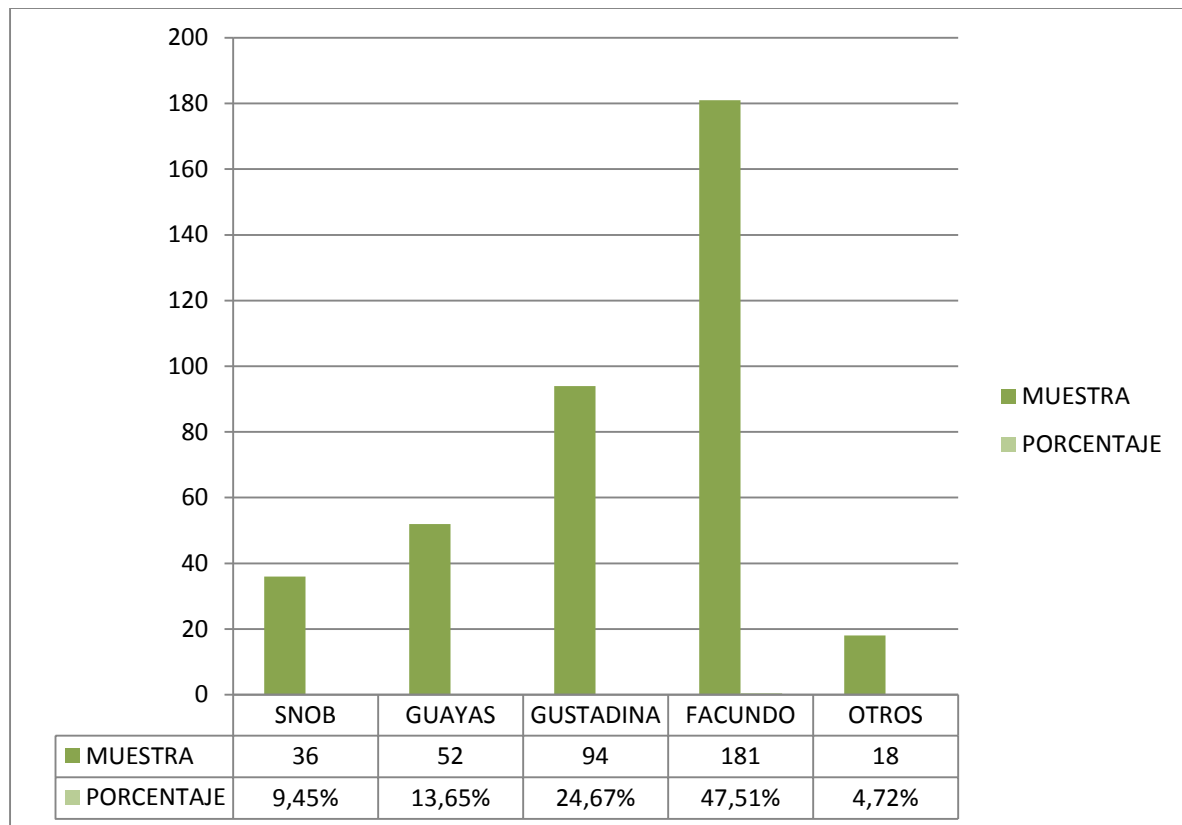


GRAFICO 17. Marcas de Mermelada de Mayor Consumo

FUENTE: Elaborado por las Autoras

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante la encuesta se determina que las mermeladas que consume la población, se encuentra distribución de acuerdo con el siguiente detalle; la mermelada de marca Facundo con el 47,51%, Gustadina con el 24,67%, Guayas con el 13,65%, Snob con el 9,45%, y otras marcas el 4,72%...

3. ¿Qué cantidad de Mermelada Consume mensual?

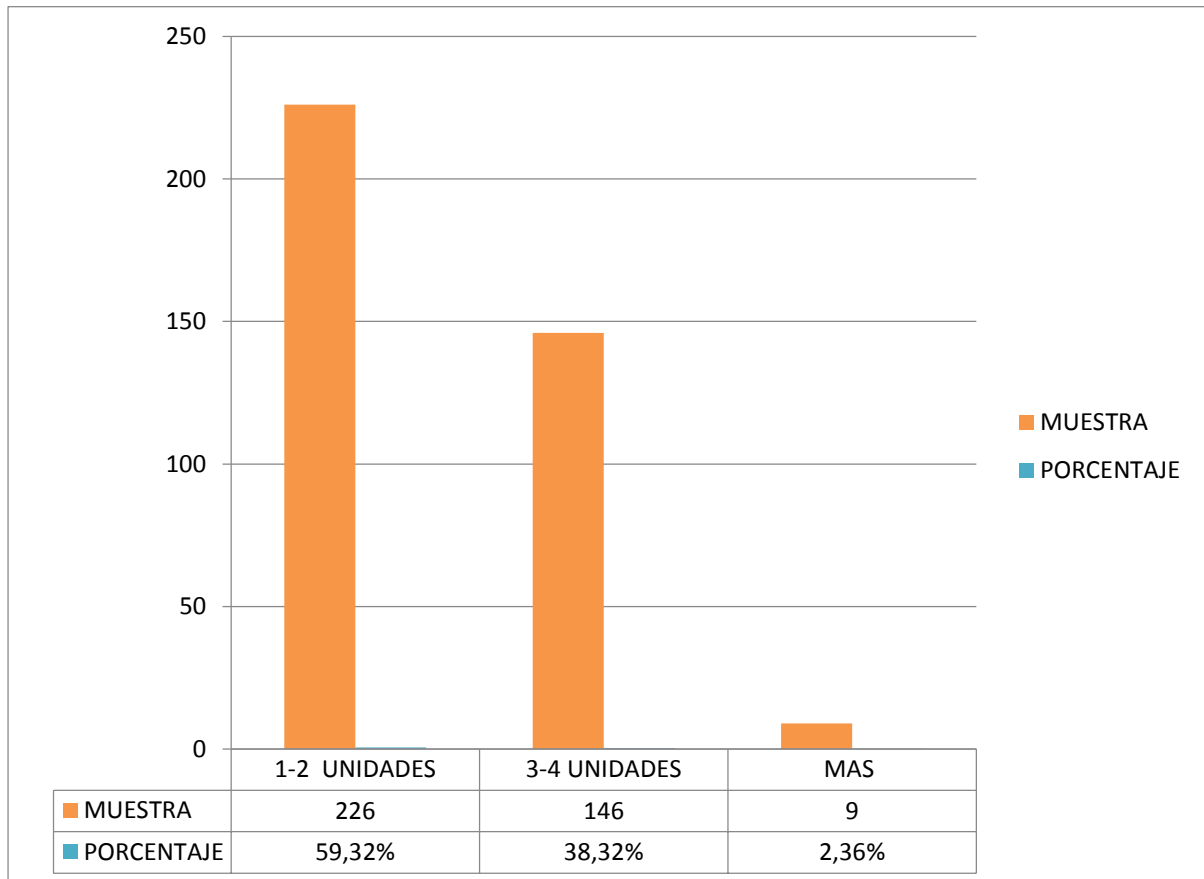


GRAFICO 18.Cantidades de Mermelada que consume Mensual

FUENTE: Elaborado por las Autoras

Análisis:

El 59,32% de la población consume entre una y dos unidades de mermelada en el mes, mientras que el 38,32% de la población mencionó consumir mermelada de tres a cuatro unidades de mermelada por mes, y el 2,36% de la población concordaron en consumir más de cuatro unidades al mes.

4. ¿Con qué frecuencia consume mermelada?

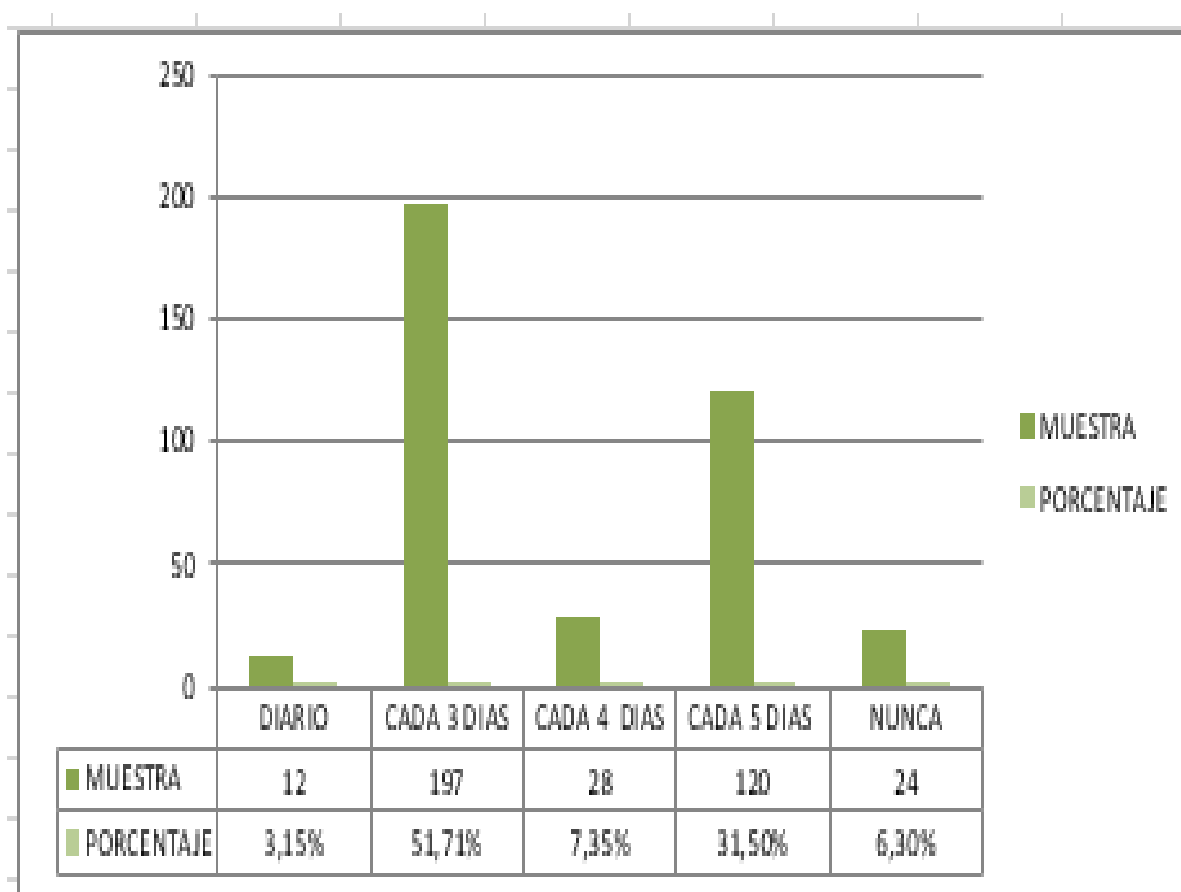


GRAFICO 19.Frecuencia del Consumo de Mermelada

FUENTE: Elaborado por las Autoras

Análisis

El resultado que se obtuvo de acuerdo con las encuestas el 51,71% de la población consume mermelada cada tres días, el 31,50% de la población lo consume cada cinco días, el 7,35% de la población coinciden en consumir mermelada cada cuatro días, el 6,30% de la población respondieron que no consumen mermelada y el 3,15% de la población mencionaron consumir diariamente en su rutina diaria de alimentación.

5.- ¿Qué presentación prefiere comprar la mermelada de su preferencia?

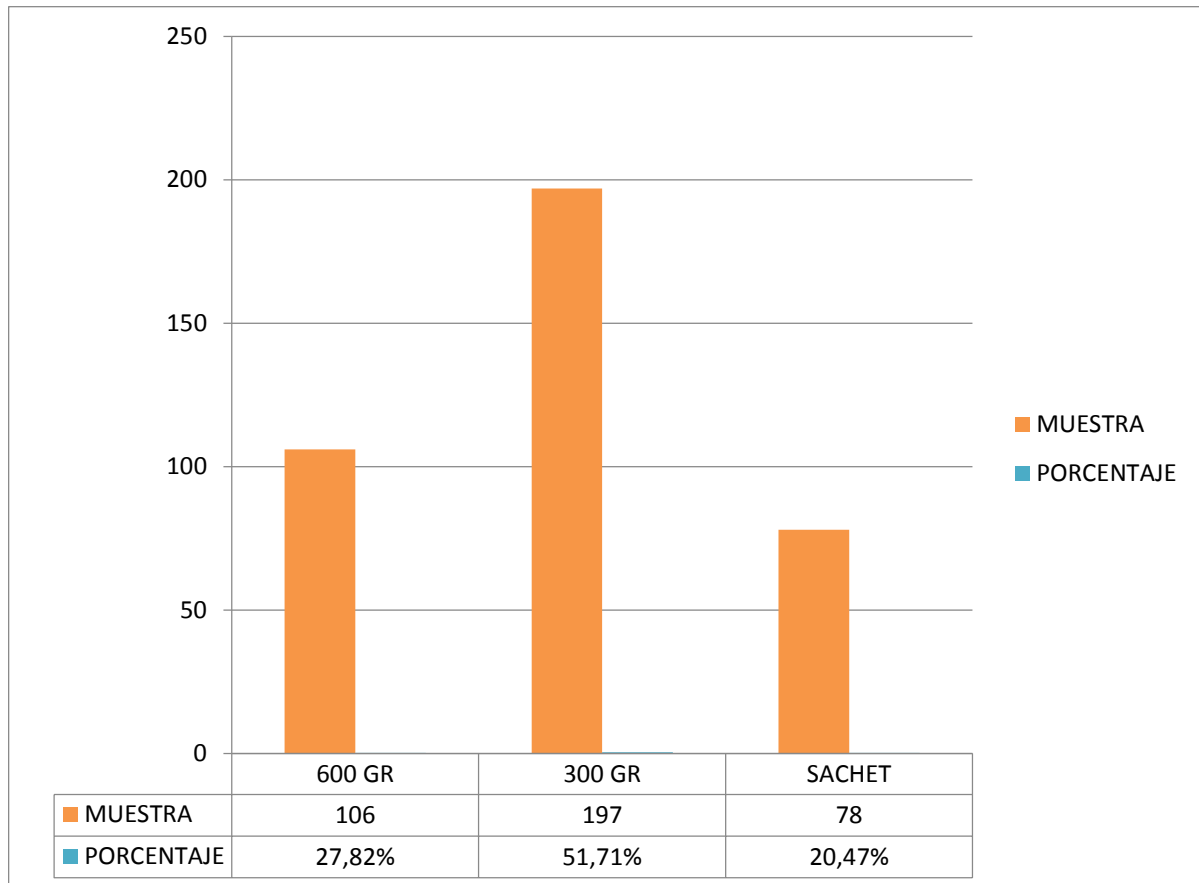


GRAFICO 20.Frecuencia del Consumo de Mermelada

FUENTE: Elaborado por las Autoras

Análisis

El 51,71% de la población respondieron que la presentación envase que prefieren al momento de compra de Mermeladas es el de 300gr., el 27,82% de la población mencionaron que prefieren la presentación del 600gr., y el resto de la población coincidieron en la presentación de sachet.

6. ¿A qué precio adquiere la mermelada de su preferencia?

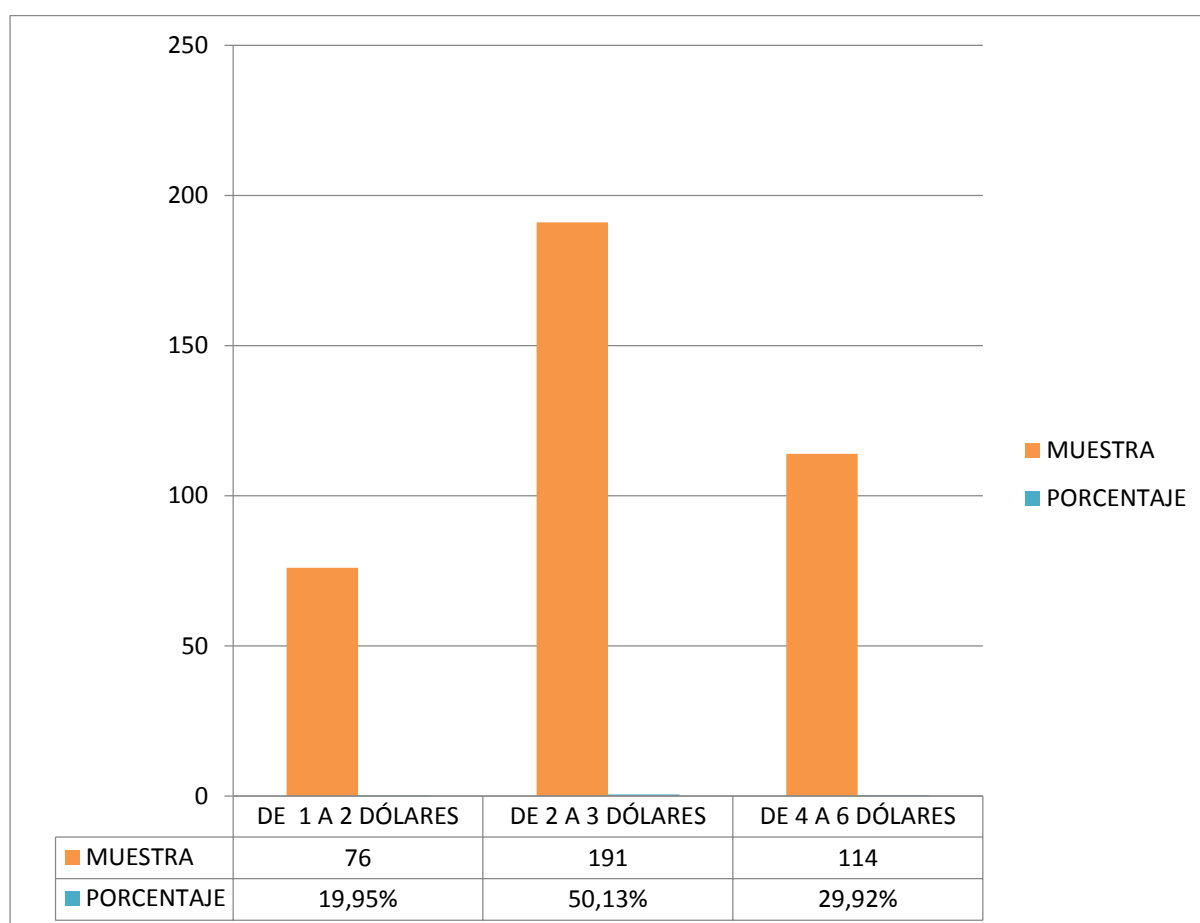


GRAFICO 21.Precio de Mermelada de Compra

FUENTE: Elaborado por las Autoras

Análisis

De acuerdo con los datos obtenidos mediante la encuesta, el 50,13% de la población menciona pagar por la compra de mermelada el valor de entre dos y tres dólares, el 19,95% de la población menciona cancelar por su compra de mermelada el valor de entre uno y dos dólares, y el resto de la población respondieron desembolsar entre cuatro y seis dolares por compra de mermelada.

7.- ¿Cual es el Lugar de su preferencia para adquirir mememelada?

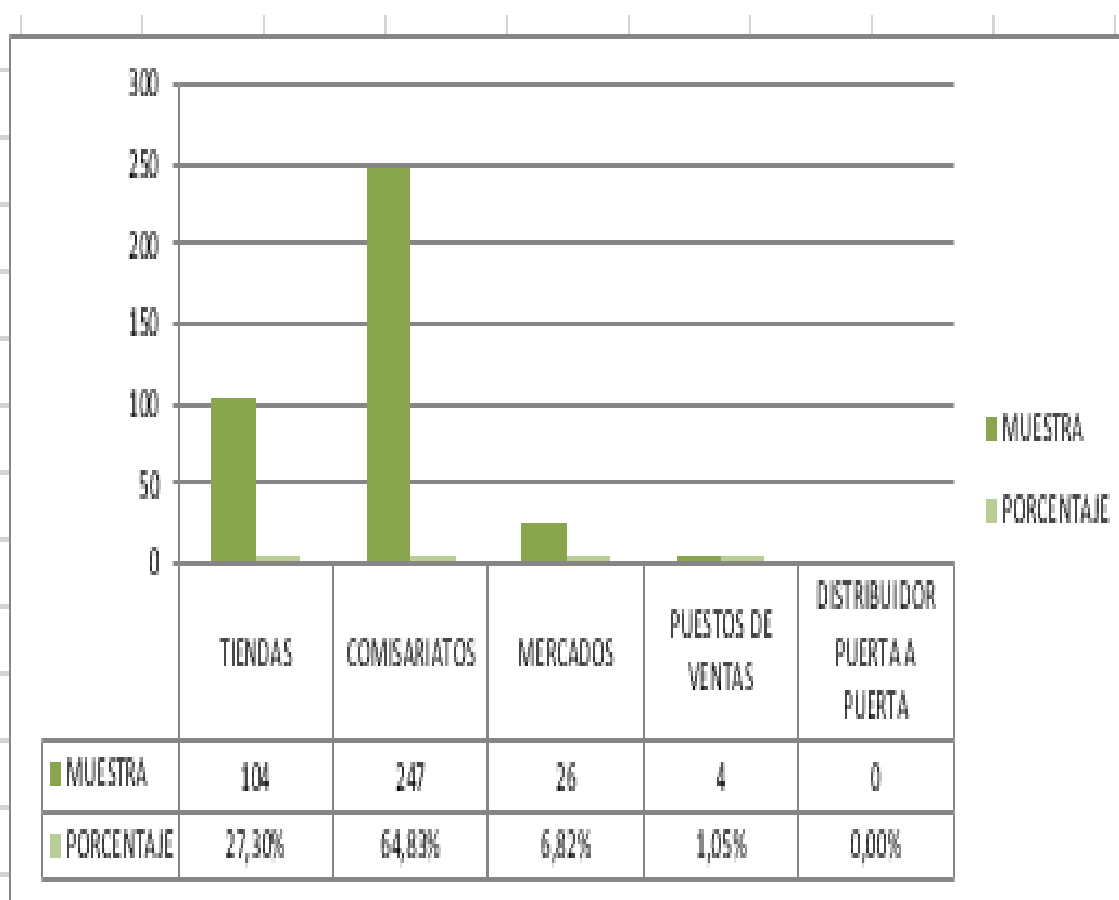


GRAFICO 22.Lugar de preferencia para adquirir la Mermelada

FUENTE: Elaborado por las Autoras

Análisis

La población mencionó que los lugares de preferencia en donde adquieren mermelada se distribuyen; el 64,83% de la población en comisariatos, el 27,30% de la población en tiendas, el 6,82 de la población en mercados y el resto de población en puestos de ventas.

8. ¿Qué medio de Comunicación le parece más atractivo para adquirir el producto?

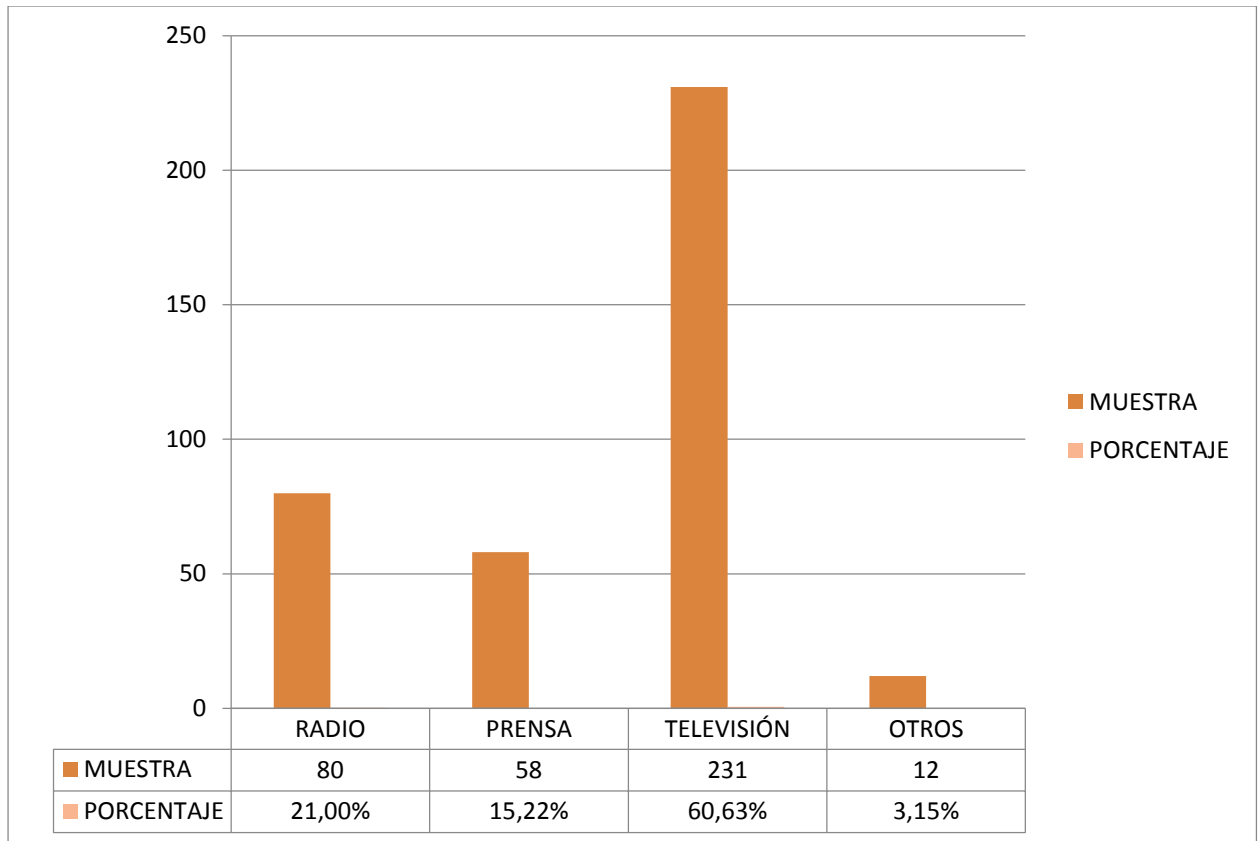


GRAFICO 23.Medios de Comunicación más aceptados

FUENTE: Elaborado por las Autoras

Análisis

El 60,63% de la población mencionaron que la televisión es el medio de comunicación más aceptado, el 21% de la población respondió que es el radio, el 15,22% de la población afirmaron que la prensa es el medio más aceptado, y el 3,15% mencionaron que existen otros medios de comunicación que son aceptados.

9. ¿Qué grado de aceptación le pondría a la mermelada de Mashua y piña con stevia?

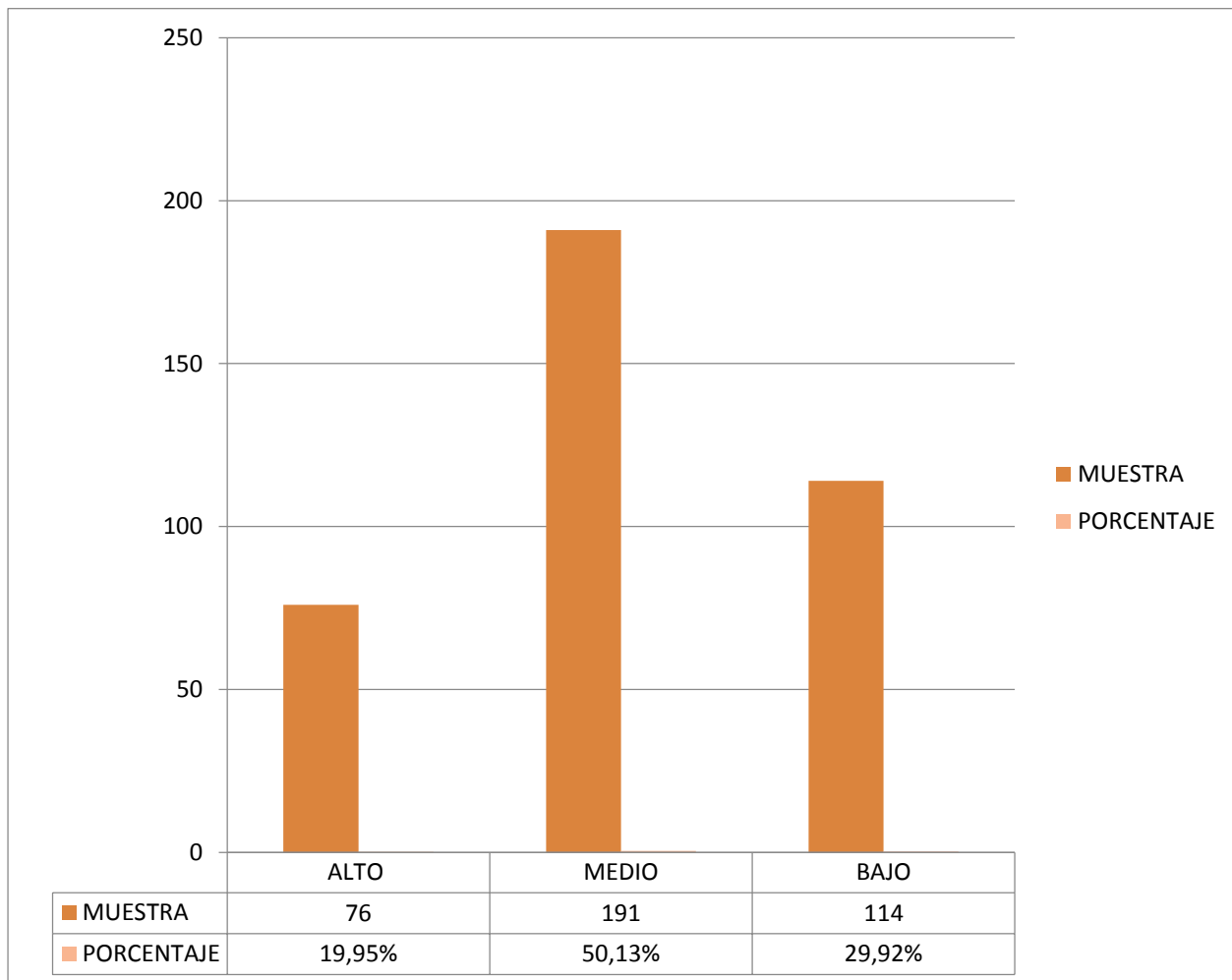


GRAFICO 24. Calificación de la Aceptación de la mermelada

FUENTE: Elaborado por las Autoras

Análisis

El 50,13% de la población mencionaron que tendría una optación media la elaboración de la mermelada de mashua y piña endulzada con stevia, el 29,92% de la población, opinó tener una aceptación baja y el 19,95% de la población manifestó que la mermelada de Mashua y piña endulzada con stevia, tendría una aceptación alta.

3.8. Identificación y análisis de la demanda

La demanda está realizada de acuerdo a la pregunta número tres de la encuesta del estudio de mercado realizado a la población de la Ciudad de Ibarra, tomando como referencia un miembro por cada hogar, existiendo una favorable aceptación del producto, pues la materia prima contiene grandes beneficios nutricionales y saludables y puede ser consumida por toda la población debido a que es un producto natural que no afectan al organismo humano.

Para la disgregación de la muestra se toma en cuenta la población de 41.621 hogares de la ciudad de Ibarra y los porcentajes de cada respuesta y el número de frascos que estaría dispuesto a consumir mensualmente, para posteriormente multiplicarle por doce que es la cantidad de consumo anual dando como resultado 1'173.253 para cubrir la demanda real del 2016.

TABLA 10.

Cálculo de la Demanda en la Muestra

ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO	MUESTRA	%	PROMEDIO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL
1-2 UNIDADES	226	59,32%	1,5	339	4068
3-4 UNIDADES	146	38,32%	3,5	511	6132
MAS DE 5	9	2,36%	5	45	540
TOTAL	381	100,00%		895	10740

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

Tabla 11.

Cálculo de la Demanda en la Población

ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO	MUESTRA	PORCENTAJE	PROMEDIO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL
1-2 UNIDADES	24689	59,32%	1,5	37.033	444.394
3-4 UNIDADES	15949	38,32%	3,5	55.822	669.869
MAS	983	2,36%	5	4.916	58.99
TOTAL	41621	100,00%		97.771	1.173.253

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

3.8.1. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se realiza con la tasa de crecimiento poblacional para la Ciudad de Ibarra que es del 2,02%, consultada en la página web del INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y para el cálculo se utilizó la fórmula de crecimiento exponencial.

Para la proyección de la demanda se empleó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n= consumo Futuro

Q₀= población

i= tasa de crecimiento anual promedio

n= años a proyectar

TABLA 12.
Cálculo de la Proyección

AÑOS	CONSUMO FUTURO	TOTAL
2016	-	Qn=1'173.253
2017	Qn=1'173.253(1+0,0202)	Qn=1'196.953
2018	Qn=1'196.953(1+0,0202)	Qn=1'221.132
2019	Qn=1'221.132(1+0,0202)	Qn= 1'245.798
2020	Qn=1'245.798(1+0,0202)	Qn= 1'270.964

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

TABLA 13.
Proyección de la demanda de la mermelada

PRODUCTO	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
MERMELADA	1.173.253	1.196.953	1.221.132	1.245.798	1.270.964
TOTAL	1.173.253	1.196.953	1.221.132	1.245.798	1.270.964

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

3.9 Identificación y análisis de la oferta

La oferta se determina en concordancia con el nivel de consumo, también se hace referencia a la pregunta número tres de la encuesta realizada a la población sobre la cantidad de mermelada que consume al mes, adicional se toma en consideración la entrevista realizada al Sr. Geovanny Eduardo Ortega Salas, que desempeña la función de Cajero en la cadena de supermercados Tía, sobre la frecuencia de adquisición por familia de las mermeladas de las principales marcas. Cada familia adquiere una mermelada mensual, doce al año de acuerdo con la entrevista aplicada. **Ver anexo Nro. 3**

La metodología de cálculo está realizado por el promedio de consumo en frascos de 300 gramos ya que de acuerdo con la encuesta realizada abarca más del cincuenta por ciento de la población, por el número de la frecuencia de compra por cada familia (dato obtenido mediante la entrevista anterior) y posteriormente se realiza la misma operación con la población total.

TABLA 14.
Cálculo de la Oferta de la Muestra

MARCA MERMELADA	MUESTRA	PORCENTAJE	FREC. OFERTA	ANUAL
SNOB	36	9,45%	12	432
GUAYAS	52	13,65%	12	624
GUSTADINA	94	24,67%	12	1.128
FACUNDO	181	47,51%	12	2.172
OTROS	18	4,72%	12	216
TOTAL	381	100,00%		4.572

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

TABLA 15.
Cálculo de la Oferta en la población

MARCA MERMELADA	MUESTRA	PORCENTAJE	FREC. OFERTA	ANUAL
SNOB	3933	9,45%	12	47.192
GUAYAS	5681	13,65%	12	68.167
GUSTADINA	10269	24,67%	12	123.224
FACUNDO	19773	47,51%	12	237.272
OTROS	1966	4,72%	12	23.596
TOTAL	41621	100,00%		499.452

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

TABLA 16.
Participación de la competencia en la Oferta

MARCA MERMELADA	MUESTRA	PORCENTAJE
SNOB	47.192	9,45%
GUAYAS	68.167	13,65%
GUSTADINA	123.224	24,67%
FACUNDO	237.272	47,51%
OTROS	23.596	4,72%
TOTAL	499.452	100,00%

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

3.9.1. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se utilizan los mismos parámetros como se calculó la demanda con la misma fórmula de crecimiento exponencial y utilizando la variable de crecimiento poblacional para la Ciudad de Ibarra, consulado en el INEC, del último Censo Poblacional realizado a finales del 2010.

Para la proyección de la oferta se empleó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_o (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n= consumo Futuro

Q_o= población

i= tasa de crecimiento anual promedio

n= años a proyectar

TABLA 17.

Cálculo de la Proyección de la Oferta

AÑOS	CONSUMO FUTURO	TOTAL
2016	-	Qn= 499.452
2017	Qn=499.452(1+0,0202)	Qn= 509.451
2018	Qn=509.451(1+0,0202)	Qn= 519.834
2019	Qn=519.834(1+0,0202)	Qn= 530.334
2020	Qn=530.334(1+0,0202)	Qn= 541.047

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

TABLA 18.***Proyección de la Oferta***

PRODUCTO	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
MERMELADA	499.452	509.541	519.834	530.334	541.047
TOTAL	499.452	509.541	519.834	530.334	541.047

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

3.10 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es el resultado de la demanda real menos la oferta real.

Para la proyección se utiliza los mismos parámetros.

TABLA 19.***Proyección de la demanda insatisfecha***

MERMELADA	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
DEMANDA	1.173.253	1.196.953	1.221.132	1.245.798	1.270.964
(-) OFERTA	499.452	509.541	519.834	530.334	541.047
=DEMANDA INSATISFECHA	673.801	687.412	701.298	715.464	729.916

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

3.11 Análisis de precios

Para establecer el precio óptimo para el producto, se realizó el cálculo de acuerdo con los costos y gastos efectuados, dando como resultado para el primer año el costo de \$2,5 usd. El crecimiento de los precios está en concordancia a la inflación acumulada anual cerrada a diciembre del 2015 que es de 3,38 %.

$$Q_n = Q_o (1 + i)^n$$

En donde:

Q_n= consumo Futuro

Q_o= población

i= tasa de crecimiento anual promedio

n= años a proyectar

TABLA 20.***Proyección del precio***

PRODUCTO	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
MERMELADA	2,50	2,58	2,67	2,76	2,85

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Recopilado de las Encuestas efectuadas a la Población

3.13 Comercialización

La comercialización representan el conjunto de actividades que la empresa realizará, con la finalidad de ofertar y vender el nuevo producto propuesto en el presente, para lo cual se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- **Descripción del Producto**

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se elaborará mermeladas en embaces de 300gr, que son los que mayor aceptación tienen por parte de la población para los primeros meses, posteriormente y dependiendo de la acogida del producto se incursionará con los diferentes tipos de empavases.

Su envase contará con tapa hermética y envase de vidrio con capacidad para 300gr., el nombre con el que se lo identificará es “Mashuamer”, debido al principal componente de la mermelada es la Mashua.



GRAFICO 24.Logotipo

FUENTE: Elaborado por las Autoras

- **Precio**

El precio estará encaminado de acuerdo con los costos, gastos y rentabilidad en los que se deba incurrir para el desarrollo del producto, con el fin de terminar el costo óptimo, competitivo en el mercado y que se accequible a los bolsillos de la población.

- **Distribución y Plaza**

Una vez culminado el proceso de producción de la mermelada “Mashuamer”, se procederá a realizar la entrega, mediante el vehículo propio de la empresa a supermercados, tiendas, abacerías, mercados aliados y a todos los lugares con los que se haya realizado previamente la negociación de venta del producto. Se podrá también realizar ventas en la empresa, en los casos de personas que requieran directamente el producto y que acudan a las Instalaciones.

- **Publicidad y Promoción**

Se realizarán las ventas y la publicidad mediante la creación de una página web (Facebook), para dar a conocer las bondades del producto, además se realizarán cuñas radiales en la emisora “EXA” que es la denominada de mayor sintonía en la Ciudad de Ibarra de acuerdo con las encuestas efectuadas en el Estudio de Mercado, dos cuñas diarias, en horario de 7:00am a 8:00am en la mañana y de 17:00pm a 18:00pm, también se efectuarán hojas volantes por lo menos para los tres primeros meses para dar a conocer el producto, y se efectuará una publicación al mes en el diario de la Localidad (diario Norte).

3.14. Conclusiones del estudio de mercado

- Con el estudio de mercado se identificó, la oferta, la demanda, los canales de distribución, la promoción y publicidad de la mermelada Mashuamer.
- Se pudo identificar las preferencias de consumo, en cuanto a marca, cantidad y frecuencia de consumo de mermelada en la población Imbabureña.
- Se obtuvo una visión más amplia sobre las necesidades y preferencias del mercado meta al cual se va a dirigir el producto objeto de estudio.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Introducción

El estudio técnico abarca los ítems de localización (macro localización y micro localización), tamaño e ingeniería del proyecto, como: abastecimiento y especificaciones de materia prima, insumos y material de empaque, procesos de producción, maquinaria y equipo, construcción e instalaciones de la planta, presupuesto técnico e inversiones.

4.2 Objetivo general del estudio técnico

Determinar mediante el estudio técnico el tamaño del proyecto, los procesos productivos, talento humano, presupuesto e inversión en la empresa para la implantación de un micro empresa productora y comercializadora de mermelada de Piña y Mashua endulzada con stevia.

4.3 Localización del proyecto

4.3.1 Macro localización del proyecto

El proyecto objeto de estudio se ubicará en la provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Caranqui.

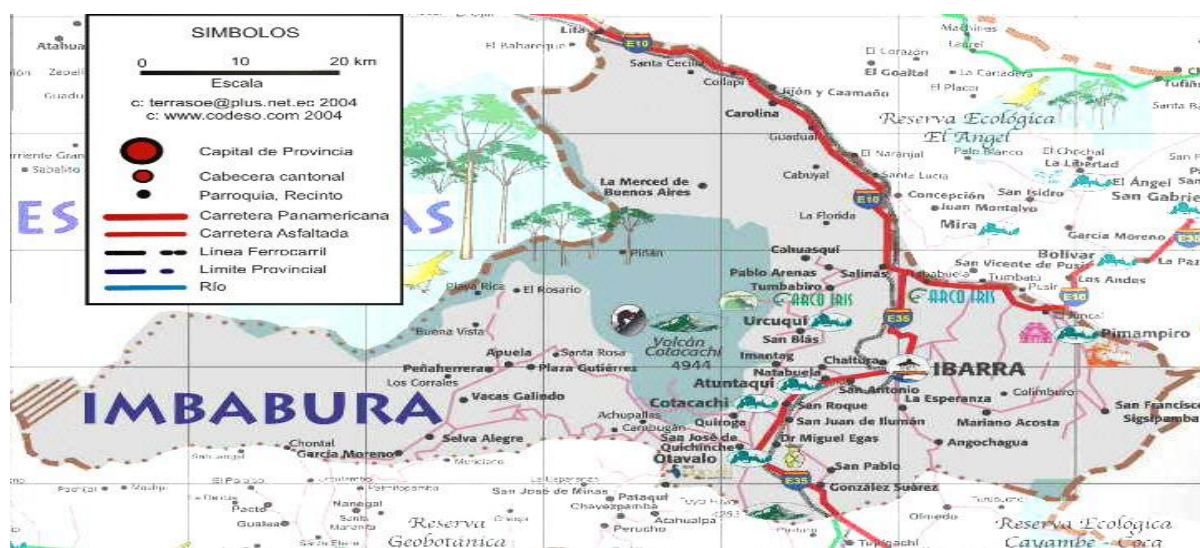


GRAFICO 25. Mapa de la Provincia de Imbabura

FUENTE: Elaborado por las Autoras

El Cantón Ibarra se encuentra ubicado en la zona norte de Ecuador a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán, con más de 4.5 millones de habitantes. Su clima es templado con unas temperaturas que oscilan entre los 12° y los 32° Celsius. El cantón Ibarra se encuentra conformado por 5 Parroquias Urbanas (**Caranqui**, Alpachaca, La Dolorosa, El Sagrario y San Francisco) y por 7 Parroquias rurales (Ambuquí, Angochagua, Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio de Ibarra). Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para el Cantón Ibarra (2014). Ficha de cifras generales. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1001_IBARRA_IMBABURA.pdf

4.3.2 Micro localización del proyecto

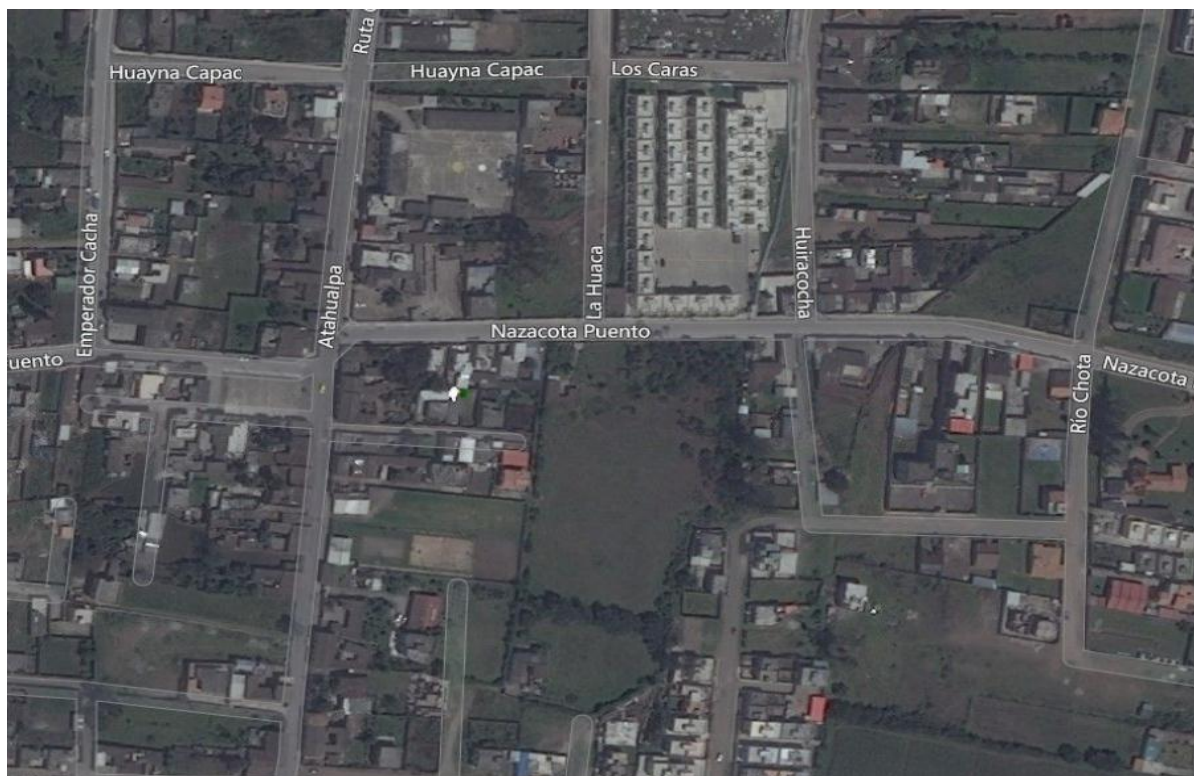


GRAFICO 25. Micro localización del Proyecto

FUENTE: Google Mapas

- **Ubicación de la empresa**

La microempresa donde se procesará el producto, se encontrará ubicado en la Parroquia de Caranqui del Cantón (Av. Atahualpa y Nazacota Puento) del Cantón Ibarra, punto de la ubicación de la microempresa.

a) Análisis de factores del sector asignado

Para la comprobación de las ventajas y fortalezas que otorga la ubicación del presente proyecto se empleó el método cualitativo por puntos. Se debe tomar en cuenta que para obtener la ponderación del factor asignado, se multiplica el peso relativo asignado a cada factor por la calificación asignada.

A continuación se establece la calificación y el análisis de diferentes factores que determinan las ventajas de la ubicación del proyecto en la Parroquia de Caranqui, en comparación con una Parroquia Urbana como: El Sagrario y una Parroquia rural como La Esperanza.

TABLA 21.

Análisis del método cualitativo por puntos

Lugar de producción de la mermelada	Análisis de factores	Caranqui		El Sagrario		La Esperanza	
Factor relevante	Peso	*C	**P	C	P	C	P
MP disponible	0.3	9	2.7	8	2.4	7	2.1
Mano de obra disponible	0.1	9	0.9	9	0.9	8	0.8
Cercanía al mercado	0.2	8	1.6	10	2	6	1.2
Costo de terreno	0.1	10	1	5	0.5	8	0.8
Factores ambientales	0.1	9	0.9	6	0.6	8	0.8
Disponibilidad de servicios básicos	0.2	10	2	10	2	9	1.8
Totales	1		9.1		8.4		7.5

*Calificación

**Promedio (Se multiplica el análisis de los factores por la calificación)

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Investigación propia

De acuerdo con los resultados obtenidos podemos apreciar que la localización geográfica más óptima es la que obtuvo mayor puntaje (Caranqui), por lo que será el sitio escogido para colocar la fábrica de mermelada de Mashua y piña endulzada con stevia.

a) Materia prima disponible

La materia prima disponible que se necesitará para la ejecución del presente proyecto, es la piña la cual se abastecerá mediante los principales centros de abastecimiento de la ciudad y camiones repartidores de fruta, Mashua la misma que

será obtenida mediante la Asociación de productores agrícolas de Caranqui, punto indispensable para minimizar costos y dar apoyo a la comunidad y la stevia se comprará a pequeños productores, en centros naturistas.

b) Mano de obra disponible

Para la adquisición de la mano de obra para la elaboración del producto se escogerá personal de la zona que tenga experiencia en producción de mermeladas y en el área administrativa se contará con personal calificado que conozca de los procesos y procedimientos de la producción.

c) Cercanía al mercado

La planta de elaboración de piña y mashua se encontrará ubicada en la Parroquia de Caranqui, siendo un lugar estratégico para la comercialización del producto final al principal mercado que será la Ciudad de Ibarra.

d) Costo de terreno

El costo del terreno para el proyecto es un punto positivo ya que el terreno se comprará y el precio es menor si se compara con el centro de la ciudad ya que los precios del terreno son mucho más altos al haber mayor fluctuación de personas.

e) Factores ambientales

La empresa productora de mermelada afectará en baja proporción al medio ambiente, debido a que los residuos que resultan provenientes de materias primas se aprovecharán para entregar a empresas productoras de abonos y compost, además se maneja medidas de contingencia ambiental mediante un plan de manejo ambiental acorde a las normas del medio ambiente (TULAS) vigentes en el país en cuanto a manejo de residuos sólidos y protección del ecosistema.

f) Disponibilidad de servicios básicos

En las tres Parroquias comparadas existen los servicios básicos disponibles como: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, alumbrado público, por lo que es factible la implementación de la planta productora de mermelada en dicho sector.

4.4. Servicios básicos y comunicación

4.4.1 Factores determinantes para el micro-localización

a) Servicios Básicos

El lugar cuenta con servicios básicos como; agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, servicio de telefonía fija, internet, tv por cable.

b) Transporte

Cuenta con todos los servicios de transporte público y privado.

c) Vías

Las vías de acceso son de primer orden por ser adoquinadas, además cuenta con aceras amplias y con un espacio suficiente que se lo utilizará como parqueadero.

d) Perímetro Comercial

Está cerca de las plantaciones de la Asociación productora de plantas medicinales y mercado para la adquisición de materia prima, por lo que se considera el lugar óptimo.

4.6 Diseño e instalaciones

El área total de construcción donde se instalará la planta procesadora de mermelada de piña con mashua tendrá una superficie de 120 m², las cuales se encuentran distribuidas en las siguientes áreas:

- **Área administrativa.-** En las que se encontrarán áreas como; Gerencia, Contabilidad y Facturación, Compras y Ventas.
- **Área de Producción.-** Se contará con las áreas de recepción, selección y clasificación, pesado, lavado y desinfección, despulpado de materias primas, concentración, homogenización y dosificación, empaque, enfriamiento, control de calidad, bodegas, vestidor y baños.

El terreno tendrá una superficie de 200 m², el cual se distribuye de la siguiente manera, 120m² que será utilizada para el área de construcción de las áreas administrativas y de producción y los 80m² restantes que serán usadas para las áreas de estacionamiento y patios a continuación se detalla la distribución en m² por áreas;

TABLA 22.			
Distribución de la empresa por áreas			
Superficie m²			
Terreno 200 m²	Construcción 120 m²	ÁREA ADMINISTRATIVA	
		ÁREAS	M²
		Gerencia	8
		Contabilidad	6
		Compras y ventas	8
		Sala de espera clientes	8
		Sanitario	2
		Total	32
		ÁREA DE PRODUCCIÓN	
		ÁREAS	M²
		Recepción	8
		Selección y clasificación	8
		Pesado	4
		Lavado y desinfección	5
		Despulpado	10
		Concentración	10
		Empaque y enfriamiento	9
		Control de calidad	8
		Vestidor	8
		Bodegas	10
		Baño	8
		Total	88
	Patios 80 m²	Zona de vehículos para recepción e ingreso	40
		Zona de vehículos de despacho y salida	30
		Áreas verdes	10
		Total	80

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Investigación propia

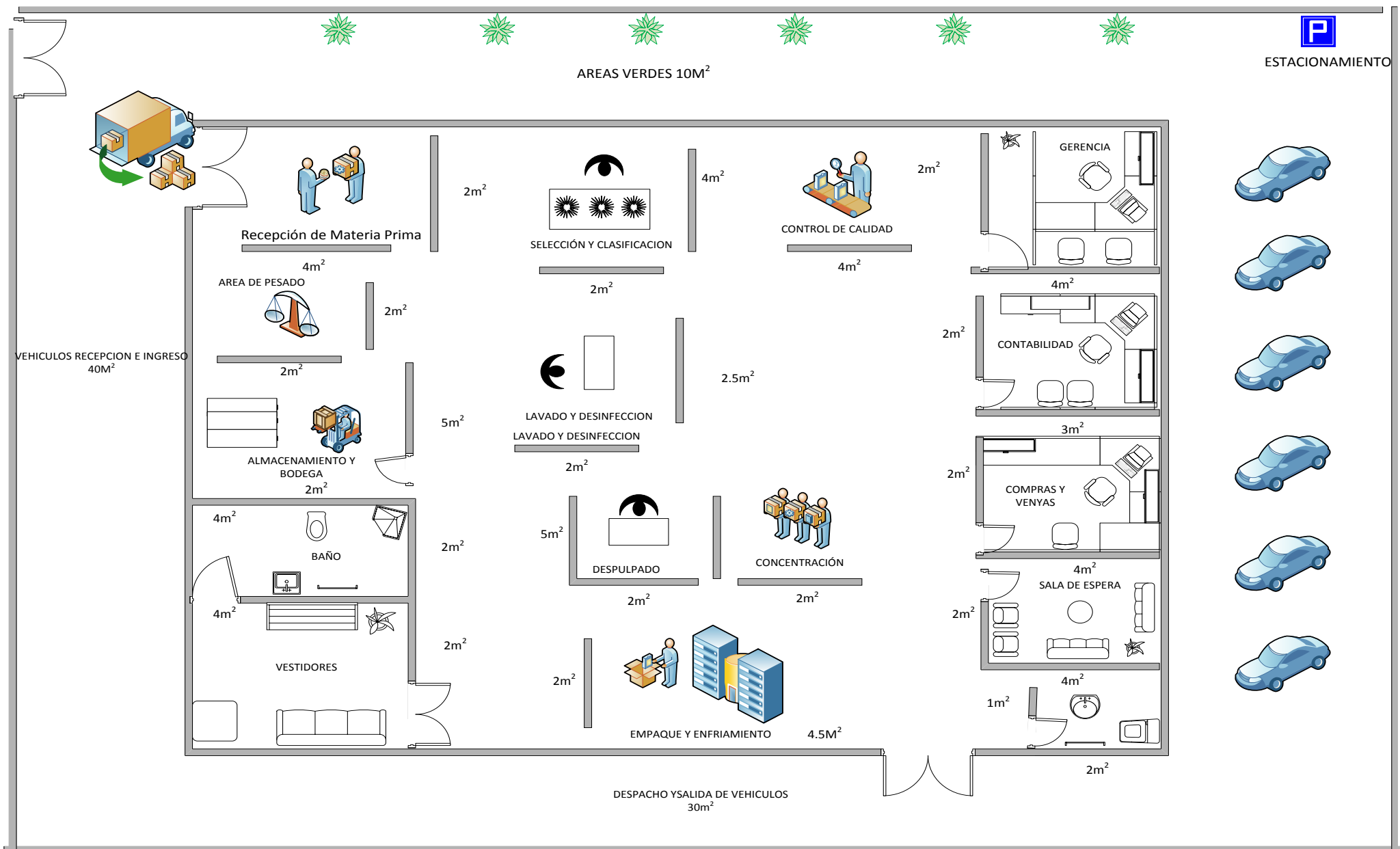




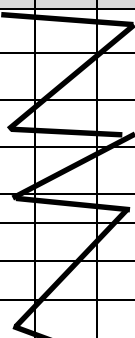
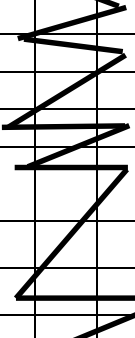
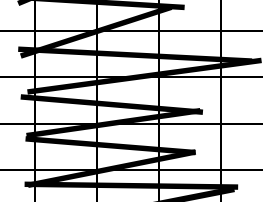


GRAFICO 26. Distribución de la Planta por áreas y m²
FUENTE: Elaborado por las Autoras

4.7. Procesos Productivos

TABLA 23.

Diagrama analítico para la elaboración de mermelada de Piña y Mashua

Producto / operación	Actividad					Tiempo	Distancia	Operarios
Para la producción de 387 frascos de 300 gramos de se utilizará 96750 gr de piña, 48375 gr de Mashua 1935 gr stevia						Min	m	N°
1. Recepción de materia prima						14	0	1
2. Inspección de calidad						21	2	
3. Pesado materia prima						14	1,5	
4. Transporte (opcional)						3	1,5	
5. Selección y clasificación de la Mp.						56	1	
6. Transporte						3	1	
7. Lavado y desinfección						11	3	
8. Ecurrido						7	2	
8. Pelado y mondado						113	3	2
9. Troceado						14	1,90	
10. Transporte						3	0,50	
12. Despulpado						11	2	
13. Concentración, dosificación y estandarización						56	5	
14. Transporte						3	0,50	
15. Pre enfriamiento						11	2	
16. Transporte						3	0,50	
17. Envasado						28	0,50	1
18. Enfriamiento						42	0,50	
19. Etiquetado						21	0,50	
20. Control de calidad						21	1,50	
21. Empacado						14	1,00	
22. Almacenamiento								
Total	8 horas					480 min	31,90 m	4

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Apoyo del Ing. Agroindustrial Luis Torres Salas

El proceso completo desde la recepción de la materia prima, hasta el almacenamiento del mismo producto tomaría 8 horas en su elaboración, en la producción de 387 frascos de mermelada de 300 gramos que es la capacidad máxima del proyecto, para ello se requiere del uso de las siguientes cantidades en materia prima para la producción planteada; uso de 96750 gr de piña, 48375 gr de

mashua, 1935 gr de stevia, 967.50 gr pectina, y 967.50 gr de ácido cítrico, para medir el proceso productivo.

Para la elaboración de un frasco de mermelada de 300gr, en el proceso productivo se deberá utilizar la siguiente cantidad de ingredientes: 250 gr. de piña, 125 gr. de mashua, 5 gr. de polvo de stevia, 2,5 gramos de pectina y 2,5 gr. de ácido cítrico

Los datos detallados anteriormente para el uso de materiales en el proceso productivo de la mermelada, fueron determinados mediante el apoyo y consultoría directa realizada al Ing. Agroindustrial Luis Torres Salas, técnico especialista en este tipo de procedimientos.

4.7.2 Descripción del proceso de mermelada de piña, mashua y stevia

a) Recepción

En la recepción la materia prima la cual es destinada a la producción de mermelada, en el caso de la piña su grado de madurez debe ser mínimo de 13°Brix, las cuales deben tener buena presencia sin daños en la fruta. La inspección de calidad se realizará visualmente basándose en los requisitos de calidad de la piña en el códex alimentarias para producción de mermelada, caso contrario será devuelta a los proveedores de materias primas.



Gráfico 27. Recepción

Fuente: Dipole (2014). Trazabilidad interna. Recuperado de <http://www.dipolerfid.es/Trazabilidad/Interna.aspx>

b) Pesado

Se pesará la materia prima proveniente mediante una báscula de capacidad de 50 kg. Con la finalidad de pago a proveedores y facilitar obtener el rendimiento de la materia prima.

c) Selección y clasificación de la materia prima

En esta fase se procede a la revisión de la materia prima, separando los frutos que se encuentran en mal estado y que no cumple los requisitos de calidad permitiendo de esta forma garantizar la calidad del producto final.

d) Lavado y desinfección

En esta etapa se procede a lavar la materia prima sumergiendo la fruta en tanques de lavado con una solución al 0,30% de hipoclorito de sodio al 5% para eliminar agentes microbianos y eliminar impurezas en la materia prima.

e) Escurrido

Se procede a trasladar la materia prima en la mesa de acero inoxidable para eliminar el exceso de agua por un tiempo de cinco minutos.

f) Pelado y mondado

Con un cuchillo afilado se procede a pelar las piñas y la mashua haciendo un corte longitudinal en la periferia de la fruta minimizando al máximo las pérdidas de la fruta en las cascaras.



Gráfico 28. Pelado y mondado

Fuente: Ulloa J. (2015). Agrónomo levantó empresa desde Cero y ahora exportará futas a Holanda, Francia y Japón.

g) Troceado

Mediante tablas para picar se procede a poner la fruta cortada y con un cuchillo de acero inoxidable se procede a trocear la fruta para facilitar el despulpado de la fruta y se separa en recipientes plásticos a la piña y mashua troceada.

h) Despulpado

En esta etapa de despulpado se realiza mediante una licuadora semindustrial de acero inoxidable (capacidad: 25 litros), una vez ya depositada la pulpa en el recipiente de la licuadora se realiza una tritución gruesa (no es necesario agregar agua, solamente se debe evitar obstruir las aspas de la licuadora).

Posterior a ello, el jugo se deposita en el mismo recipiente y se procede a pesar el contenido. En esta fase de despulpado no se mezclan la mashua y la piña.

Una persona lleva a cabo la operación de despulpado, pesado del jugo de la pulpa. Posterior al pesado del jugo se determina la cantidad de azúcar a utilizar, según la siguiente relación: 1 kg de pulpa/ 400 g de azúcar.



Gráfico 29. Despulpado

Fuente: Agroindustrial Fruits (2015). Maquinaria usada
Para el despulpado de frutas recuperado de
<http://www.americatv.com.pe/noticias/redes-sociales>

i) Concentración, estandarización y dosificación

Para realizar la dosificación se manejará de acuerdo a un previo análisis de propiedades de pulpa organolépticas color, y físico químicas (pH, acidez y concentración de azúcares), para lograr una estandarización de calidad del producto final y saber qué cantidades y proporciones hay que añadir de pectina, azúcar y ácido cítrico para que la mermelada gelifique correctamente. La dosificación se debe realizar durante la operación de cocción, la cual es de mayor importancia en la elaboración de mermelada. Esta operación, se realizará en la misma marmita para concentración de mermelada. Inicialmente se debe añadir las pulpas de piña y mashua en la marmita para iniciar la cocción lenta antes de añadir el azúcar durante 10 a 15 minutos a 85°C.

La cantidad de stevia a añadir en la formulación, se calcula teniendo en cuenta que la stevia endulza 50 veces más que el azúcar común, para lo cual se calculó la formulación en proporción de 1kg de stevia para 50 frascos de mermelada. Debe añadirse conjuntamente con la pectina para evitar grumos en la mermelada, disminuyendo la calidad del producto.

Cuando el volumen de la pulpa se haya reducido a un tercio, se procede a añadir el ácido cítrico. Esto se realiza con el objetivo de que se forme azúcar invertida (azúcar cristalizada) y además para que la mezcla sea estandarizada permitiendo alcanzar un pH entre 3 y 3,5; ya que en este pH la pectina gelifica correctamente. El ácido cítrico se agregará de acuerdo a la cantidad de acidez natural que tiene la piña y la mashua para lo cual se lo mide mediante un pH- metro para la mermelada de piña y mashua se agrega una cantidad del 0,20% de ácido cítrico con respecto al peso de pulpa.

Una vez alcanzado el punto de gelificación se agrega el conservante, esta debe diluirse con una mínima cantidad de agua, una vez que esté totalmente disuelto, se agrega a la mezcla; el porcentaje de conservante a agregar es del 0,10% del peso de la mermelada (0,05% de sorbato de potasio y 0,05% benzoato de sodio). La

cocción debe finalizar cuando se haya obtenido el porcentaje de sólidos solubles deseados, comprendido entre 65-68%.

j) Pre enfriamiento

Cuando se llega al punto final de cocción se debe retirar instantáneamente la mermelada de la fuente de calor, para evitar sobre cocción, que puede ocasionar el oscurecimiento (pardeamiento) y cristalización de la mermelada, este proceso se lo hará hasta que la mermelada baje a temperatura de 85°C, para proceder al envasado.

k) Envasado

Antes de iniciar con el proceso de envasado es necesario esterilizar los frascos rociándoles vapor de agua el cual permita eliminar agentes microbianos que puedan afectar al producto final. Cuando se inicia el proceso de envasado se debe dejar un espacio de cabeza entre la tapa y el producto de al menos cinco milímetros y máximo media pulgada; de esta manera, queda menor cantidad de aire en este espacio, facilitando que se produzca el vacío, que es un factor importante en la conservación. El envasado se realizará a una temperatura no menor a los 85°C, para mejorar la fluidez del producto durante el llenado, en este proceso las tapas hervidas deben ser colocadas inmediatamente después del llenado y luego apretadas firmemente en espacios de dos o tres minutos, permitiendo evacuar el aire del espacio de cabeza. El vapor en el espacio se condensa cuando la mermelada se enfría, creando un sellado al vacío en el frasco.



Gráfico 30. Envasado

Fuente: Ponloentumesa (2010). Mermelada de Piña

l) Enfriamiento

Una vez envasado, los frascos son trasladados a la mesa de acero inoxidable para enfriar el producto rápidamente y conservar su calidad, para ello se utilizará agua por aspersión, la cual permitirá limpiar los frascos con residuos de mermelada, este proceso es importante para la conservación del producto, debido a que la mermelada, se contrae, creando un vacío dentro del frasco que la contiene así garantizando la calidad del producto libre de agentes microbianos.

m) Etiquetado

Este proceso se realizará con la etiquetadora constatando que primeramente los frascos se encuentren secos y fríos para luego proceder al empaqueo. En la etiqueta se encontrarán todas las especificaciones principales del producto.

n) Control de calidad

Se controlará el producto final verificando que esté en perfectas condiciones de presentación y calidad, para lo cual se toma muestras para análisis en laboratorio en cuanto análisis organoléptico (olor, color, sabor, aroma), físico químico (pH, acides) y microbiológico (mohos y levaduras).

o) Empacado

El empaqueo se realizará en cajas de cartón corrugado, con capacidad de 24 frascos para mermelada de 300 g.



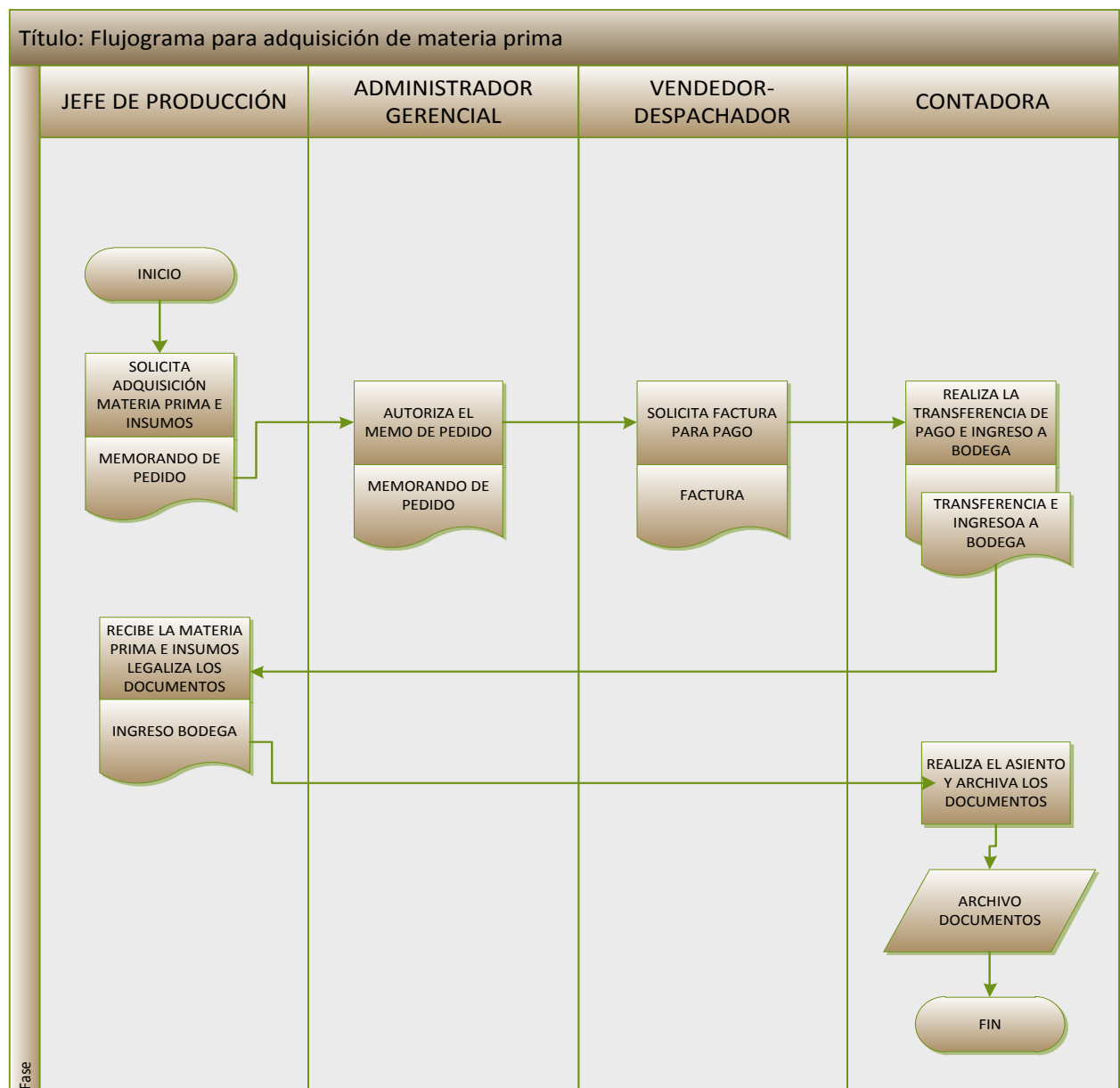
Gráfico 31. Empacado

Fuente: Id Alimentos (2016). Soluciones de empaque
Recuperado de <http://idalimentos.com/soluciones-de-empaque/>

p) Almacenamiento

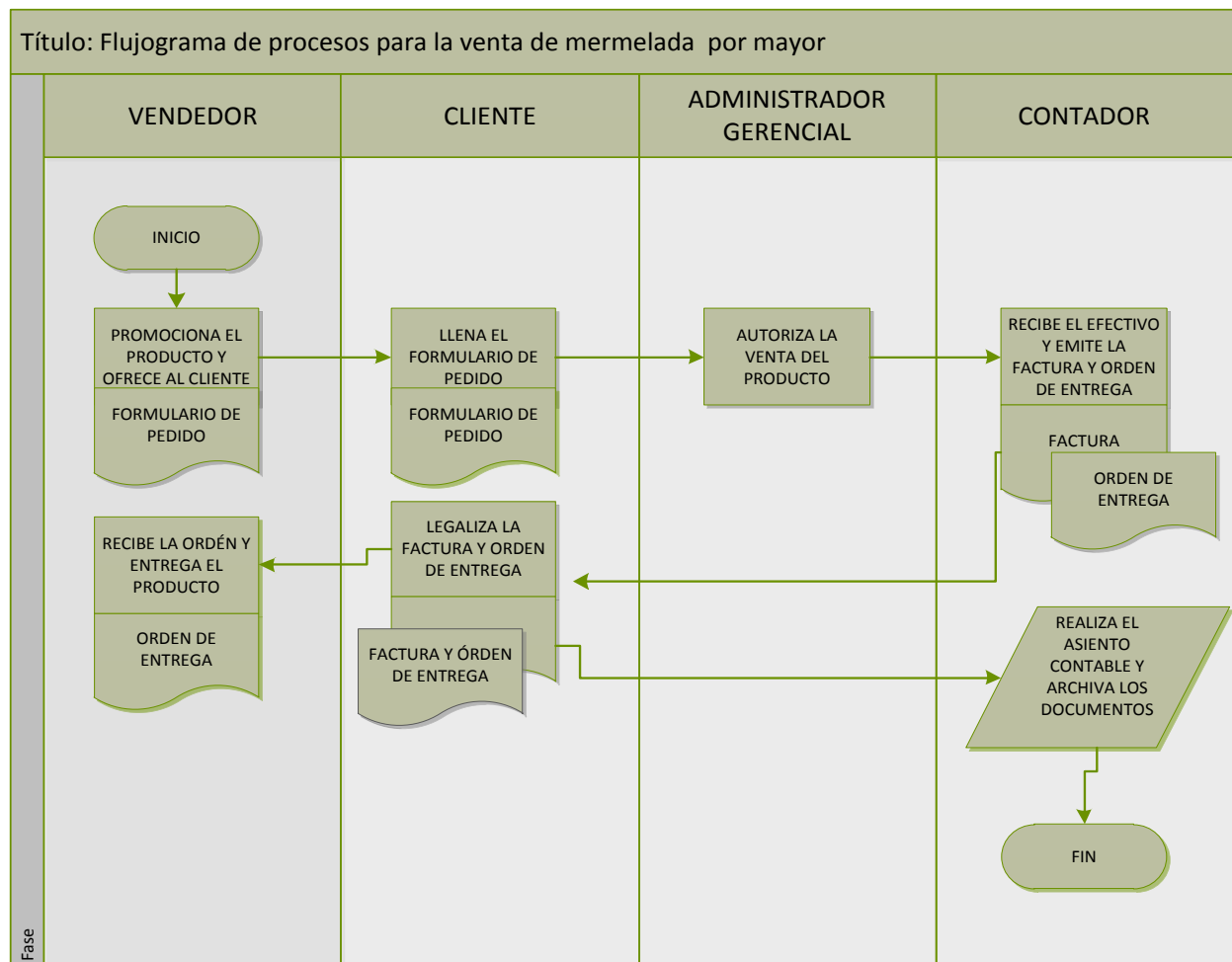
El almacenamiento se realizará en la bodega, la cual deberá ser adecuada con ventilación, pisos y paredes limpias, ambiente fresco, seco y sombreado; hasta el momento que el producto salga a la venta. Las cajas de mermelada se almacenarán en pallets de madera para evitar el contacto con el piso, se armará el producto en lotes donde cada lote deberá tener registro de fecha de elaboración.

4.7.3 FLUJOGRAMA DEL PROCESO PARA LA COMPRA DE MATERIA PRIMA



NOTA: Elaborado Por: Las Autoras
Fuente: Investigación Propia

4.7.4 FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA LA VENTA DE MERMELEDA



NOTA: Elaborado Por: Las Autoras
Fuente: Investigación Propia

4.8 Tamaño del proyecto

a) Factores que determinan el tamaño de la planta

Los principales factores que determinan el tamaño de la planta son:

- **Tamaño y capacidad de la Planta**

Cantidad producidas: 130073 unidades/año

Nº horas trabajo: 8 h

Nº días trabajo: 7 días

Nº semanas trabajo: 48 semanas comerciales

$$\text{Capacidad}_{\text{planta}} = \frac{130073 \left(\frac{\text{unidades}}{\text{año}} \right)}{8 \text{ (h)} \times 7 \text{ (días)} \times 48 \text{ (semanas)}}$$

$$\text{Capacidad}_{\text{planta}} = 48 \text{ Unidades en productos terminados/h}$$

TABLA 24.
Capacidad de la Planta

	Producto	Mermelada de piña y mashua
Capacidad de la planta	Unidades/año	130073
	Unidades al mes	10839
	unidades/ semana	2710
	Unidades/día	387
	Unidades/hora	48

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

Para el cálculo de esta fórmula se tomó en cuenta que la jornada de trabajo será de lunes a domingo en una jornada diaria de trabajo de 8 horas para el primer año de producción de la planta.

TABLA. 25
Proyección de la Capacidad Instalada

CANTIDAD	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Unidades producidas al año	130073	130567	140146	145472	151000
TOTAL	130073	130567	140146	145472	151000

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

- **Demanda insatisfecha**

TABLA 26.
Demanda Potencial a Satisfacer

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
DEMANDA	1,173,253	1,196,953	1,221,132	1,245,798	1,270,964
(-) OFERTA	499,452	509,541	519,834	530,334	541,047
=DEMANDA INSATISFECHA	673,801	687,412	701,298	715,464	729,916
Unidades Producidas al año	130073	135016	140146	145472	151000
Porcentaje de demanda insatisfecha que se cubrirá con el proyecto	19.30%	19.64%	19.98%	20.33%	20.69%

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio de mercado y estudio técnico

Al obtener la oferta y demanda la cual fue investigada en la Ciudad de Ibarra, se obtuvo la demanda insatisfecha de la mermelada de piña y mashua, donde se comprobó que la demanda potencial a satisfacer es más que suficiente para poner en marcha el proyecto ya que se tomará el 19,30% para el primer año, habiendo un crecimiento anual hasta llegar al 20,69% en el transcurso de los 5 años de vida del proyecto.

- **Disponibilidad de materia prima**

Para la elaboración de la mermelada se deberá adquirir en materia prima las siguientes cantidades: en piña 2902.50 kl, en mashua 1451.25 kl, y en stevia 58.05 kl para una producción mensual, materia prima que se comprará a intermediarios de mercados mayoristas, y productores agrícolas de mashua de Caranqui.

- **Disponibilidad de insumos**

Los insumos que se requieren para el procesamiento de mermelada de piña y mashua, se encuentran en la misma zona norte del país donde se encuentra la empresa. Los proveedores de insumos, reactivos y aditivos se encuentran disponible en las Ciudades de Ibarra, Quito y Otavalo.

- **Capacidad financiera**

Este factor es de suma importancia para surgir el proyecto, para lo cual se tiene dos tipos de financiamiento como la inversión propia que será de 53757.93 USD que corresponde al 46,90% del financiamiento, y en segunda instancia se tiene un endeudamiento el cuál se realizará en el Banco Nacional de Fomento por 60864.52 USD, lo que corresponde al 53,10% del financiamiento, dando una inversión total para la construcción de la empresa de 114622.45 USD.

4.9 Presupuesto técnico

4.9.1 Inversión fija y variable del proyecto

El presupuesto técnico está compuesto de dos clases de inversiones que son la inversión fija que son los activos fijos que se requieren para poner en marcha el proyecto y la inversión variable que es el capital de trabajo.

4.9.2 Inversión fija del proyecto

Es la propiedad Planta y Equipo que se requiere para poner en marcha el proyecto y están divididos en tres áreas. Producción, Administración y ventas.

4.9.3 Propiedad Planta y Equipo

El terreno es de 200 metros cuadrados y están valuado como terreno en \$60 el metro cuadrado dando un resultado de \$12.000 y como metro cuadrado construido y terminado a \$ 210,00 dando un precio total de \$ 25.200, en los 120 metros de construcción planificado.

TABLA 27.

Detalle de Planta y Equipo

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO M ²	COSTO TOTAL
1	TERRENO 200 M2	60.00	12000.00
1	EDIFICIO 120 M ²	210	25200.00
TOTAL		270.00	37200.00

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

a) ÁREA ADMINISTRATIVA

Para el área administrativa se encuentre en funcionamiento se requiere de lo siguiente:

TABLA 28.***Detalle de Muebles y Equipos de Oficina***

	DETALLE	CANTIDAD	C/U	CTO TOTAL
MUEBLES DE OFICINA	ESTACIÓN DE TRABAJO	2	236.61	473.22
	SILLAS GIRATORIAS	2	77.68	155.36
	SILLA	4	41.96	167.84
	ARCHIVADORES AÉREOS	4	98.00	392.00
	TOTAL	12	454.25	1188.42
EQUIPOS DE OFICINA	CALCULADORA	1	120.00	120.00
	EXTENSIÓN TELEFÓNICA MAS LINEA	1	141.43	141.43
	TOTAL	2	261.43	261.43
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COMPUTADORA	2	495.02	990.04
	FLASH MEMORY 16 GB	2	9.60	19.2
	IMPRESORA MATRICIAL	1	200.00	200
	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN A COLORES	1	350.00	350
	TOTAL	6	1054.62	1559.24

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

b) ÁREA DE VENTAS

Son todos los activos que se requieren para el funcionamiento de la comercialización, y distribución de la mermelada de mashua y piña, endulzada con stevia.

TABLA 29.***Detalle de Muebles y Equipos de Oficina***

	DETALLE	CANTIDAD	C/U	CTO TOTAL
MUEBLES DE OFICINA	ESTACIÓN DE TRABAJO	1	236.61	236.61
	SILLAS GIRATORIAS	1	77.68	77.68
	SILLA	2	41.96	83.92
	LETRERO 3X2	1	260.00	260.00
	ARCHIVADORES DE 1.80X 0.60 CM	1	150.00	150.00
	TOTAL	6	766.25	808.21
EQUIPOS DE OFICINA	CALCULADORA	1	130.00	130.00
	EXTENSIÓN TELEFÓNICA MAS LINEA	1	61.43	61.43
	TOTAL	2	191.43	191.43
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COMPUTADORA	1	495.02	495.02
	FLASH MEMORY 8 GB	2	9.60	19.2
	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN A COLORES	1	246.00	246
	TOTAL	4	750.62	760.22
VEHICULO	CAMION PEQUEÑO HYUNDAI	1	16248.82	16248.82
	TOTAL	1	16248.82	16248.82

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

El pequeño camión se utilizará en la distribución a tiendas, abacerías y supermercado la mermelada de Mashua, Piña y Stevia y además para la compra de materia prima e insumos.

c) ÁREA DE PRODUCCIÓN

Son los bienes muebles y maquinaria y equipo que se requiere para el área de producción.

TABLA 30.
Detalle de Muebles y Equipos de Oficina

CANTIDAD	MUEBLES DE OFICINA	CTO UNITARIO	CTO TOTAL
1	MESA METÁLICA	60.00	60.00
6	SILLA METÁLICAS	41.96	251.76
1	ARCHIVADOR METÁLICO	120.00	120.00
2	ESTANTERIAS	120.00	240.00
TOTAL			671.76
CANTIDAD	MAQUINARIA Y EQUIPO	CTO UNITARIO	CTO TOTAL
1	CODIFICADORA	950.00	950.00
2	LICUADOR INDUSTRIAL DE 25 LITROS	750.00	1500.00
1	COCINA INDUSTRIAL	250.00	250.00
1	BALANZA ELECTRÓNICA	130.00	130.00
1	MÁQUINA DE ETIQUETAS	250.00	250.00
1	TINA ACERO INOXIDABLE	280.00	280.00
3	OLLAS INDUSTRIALES	350.00	1050.00
1	MENAJA DE COCINA	289.00	289.00
3	MESA INDUSTRIALES	500.00	1500.00
1	CUARTO FRIO	1950.00	1950.00
TOTAL			8149.00
CANTIDAD	EQUIPOS DE SEGURIDAD	V. Unitario	v. total
2	EXTINTOR	50.00	100.00
2	CÁMARAS DE VIGILANCIA INALAMBRICAS	195.00	390.00
1	ALARMA INALAMBRICA	133.00	133.00
1	GABINETE PARA EL EQUIPO DE SEGURIDAD	44.25	44.25
1	EQUIPO DE SEGURIDAD CON 10 M. DE MANGUERA	101.97	101.97
5	SEÑALETICAS	25.00	125.00
TOTAL			894.22

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

Resumen de Inversión Fija

La inversión total de Propiedad Planta y Equipo necesaria para la implementación del proyecto es de \$ 67.932,75.

TABLA 31.
Resumen de Inversión Fija

CANTIDAD	DESCRIPCION ÁREA ADMINISTRATIVA	v. total
12	MUEBLES DE OFICINA	1188.42
1	TERRENO	12000
1	EDIFICIO	25200
2	EQUIPOS DE OFICINA	261.43
6	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1559.24
	TOTAL	40209.09
CANTIDAD	DESCRIPCION ÁREA DE VENTAS	v. total
6	MUEBLES DE OFICINA	808.21
2	EQUIPOS DE OFICINA	191.43
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	760.22
1	VEHICULO	16248.82
	TOTAL	18008.68
CANTIDAD	DESCRIPCION ÁREA DE PRODUCCIÓN	v. total
10	MUEBLES DE OFICINA	671.76
15	MAQUINARIA Y EQUIPO	8149.00
12	EQUIPO DE SEGURIDAD	894.22
	TOTAL	9714.98
INVERSION TOTAL		67932.75

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

4.11. Inversión Variable

4.11.1 Costos

Dentro de los costos están los siguientes rubros que son: Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa, Costos Indirectos de Fabricación.

4.11.2 Materia Prima Directa

Sirve para transformar la materia prima en productos elaborados o semi- elaborados

TABLA 32.
Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA		AÑOS	RUBROS	2016
Piña		Cantidad unidades		65036.56
		Precio		0.50
		Total		32518.28
Mashua		Cantidad kilo		16259
		Precio		0.5
		Total		8129.50
Stevia		Cantidad kilo		2601
		Precio		16
		Total		41616
		TOTAL		82263.78

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

4.11.3. Mano de Obra de Producción

Mano de obra directa son todos los obreros encargados en transformar y fabricar los productos.

TABLA 33.
Mano de Obra de Producción

PERSONAL	AÑO 2016							
	SALARIO UNIFICADO MENSUAL	SALARIO ANUAL	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	13ER. SUELDO	14TO. SUELDO	TOTAL AL AÑO
Jefe de producción	500.00	6000.00	250.00	729.00	0.00	500.00	366.00	7,845.00
Operario 1	380.00	4560.00	190.00	554.04	0.00	380.00	366.00	6,050.04
Operario 2	380.00	4560.00	190.00	554.04	0.00	380.00	366.00	6,050.04
Operario 3	380.00	4560.00	190.00	554.04	0.00	380.00	366.00	6,050.04
TOTAL GASTO MOD	1640.00	19680.00	820.00	2391.12	0.00	1640.00	1464.00	25,995.12

4.11.4. Costos Indirectos de Fabricación

Es el complemento necesario para la fabricación de los productos en este caso mermelada de mashua y piña endulzada con stevia.

TABLA 34.
Costos Indirectos de Fabricación

RUBROS		AÑO 2016		
		CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
INSUMOS	Ácido cítrico en kilos	1301	6.5	8456.5
	Pectina en kilos	1301	13	16913
	Frascos unidad de 300 grs	130073	0.56	72840.88
	Empaques	130073	0.15	19510.95
	TOTAL			117721.33
UTENSILIOS DE COCINA	Cuchillos	5	15	75
	Cubetas plásticas	16	10	160
	Balde plástico	3	55	165
	Colador de aluminio	4	42	168
	Cucharones	5	10	50
	TOTAL			618
SERVICIOS B.	Agua Potable Cantidad (m3)	10	0.15	1.5
	ANUAL			18
	Energía Eléctrica Cantidad (KW)	500	0.15	75
	ANUAL			900
	Teléfono Cantidad (minutos)	200	0.06	12
	ANUAL			144
	Internet Valor (plan) mensual	10		10
	ANUAL			120
	TOTAL			1182
MATERIALES DE PROTECCION	Mandiles	6	20	120
	Botas	6	10	60
	Gorros	6	5	30
	Guantes	6	5	30
	TOTAL			240
TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				119761.33

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

4.11.5. Costos de Producción

El total de los costos de producción para elaborar el producto en el primer año es de \$227823.43

TABLA 35.
Costos de Producción

DESCRIPCIÓN	2016
Materia Prima Directa	82263.78
Mano de Obra Directa	25,798.32
Costos Indirectos de Producción	119761.33
TOTAL	227823.43

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

4.12. Gastos administrativos

Los gastos administrativos son para la normal administración y control interno y se requieren sueldos administrativos y gastos generales administrativos.

4.12.1. Sueldos Administrativos

El Talento humano Administrativo que se encarga del control interno y ejecución presupuestaria.

TABLA 36.
Sueldos Administrativos

PERSONAL	AÑO 2016							
	SALARIO UNIFICADO MENSUAL	SALARIO ANUAL	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	13ER. SUELDO	14TO. SUELDO	TOTAL AL AÑO
Administrador gerencial	750.00	9000.00	375.00	1,003.50	0.00	750.00	366.00	11,494.50
Contador	500.00	6000.00	250.00	669.00	0.00	500.00	366.00	7,785.00
TOTAL GASTOS ADM.	1250.00	15000.00	625.00	1672.50	0.00	1250.00	732.00	19,279.50

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

4.12.2. Gastos Generales administrativos

Para los gastos administrativos se requieren de servicios básicos, materiales de oficina y aseo y gastos de constitución.

TABLA 37
Gastos Generales Administrativos

Gastos Generales Administrativos				
Servicios Básicos	RUBROS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
	Agua Potable Cantidad (m3)	5	0.15	0.75
	ANUAL			9
	Energía Eléctrica Cantidad (KW)	100	0.15	15
	ANUAL			180
	Teléfono Cantidad (minutos)	100	0.06	6
	ANUAL			72
	Internet	10		10
	ANUAL			120
	TOTAL SERVICIOS BASICOS			
Materiales de Oficina	Carpetas archivadoras	12	1.5	18
	Factureros	6	7.5	45
	Carpetas plásticas	24	0.5	12
	Tableros	2	2	4
	Basureros	5	10	50
	Bolígrafos	24	0.35	8.4
	Papel Bond Cantidad (resmas)	8	4.5	36
	Grapadora	5	6	30
	Perforadora	5	6	30
	Agendas	5	6	30
	TOTAL MATERIALES DE OFICINA			
Materiales de Aseo	Escobas	6	3	18
	Detergente	12	6.5	78
	Trapeador	6	4	24
	Desinfectante gl	4	4	16
	Recogedor	2	5	10
	Franelas	8	1	8
	TOTAL MATERIALES DE ASEO			
TOTAL GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS				798.4

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

4.12.3 Gastos de Venta

Los gastos de ventas para la comercialización, distribución e imagen institucional se requieren lo siguiente:

a) **Sueldos de Ventas**

Se requiere de un vendedor despachador que sepa conducir

TABLA 38.
Sueldos de Ventas

PERSONAL	AÑO 2016							TOTAL AL AÑO
	SALARIO UNIFICADO MENSUAL	SALARIO ANUAL	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	13ER. SUELDO	14TO. SUELDO	
Vendedor – despachador	400.00	4800.00	200.00	535.20	0.00	400.00	366.00	6,301.20
TOTAL GASTOS VTAS.	400.00	4800.00	200.00	535.20	0.00	400.00	366.00	6,301.20

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

b) Gastos Generales de Ventas

Para la comercialización del producto se requieren los siguientes gastos:

TABLA 39.
Gastos Generales de Ventas

	RUBROS	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
PUBLICIDAD	Radio exa(2 cuñas diarias)	720.00	6.62	4,766.40
	Tarjetas de presentación (cientos)	200.00	1.00	200.00
	Página WEB plan semestral	2.00	475.00	950.00
	Hojas volantes	2,000.00	0.02	40.00
	Diario el Norte (1 Publicación al mes)	12.00	60.00	720.00
	Total			6,676.40
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	Combustible galones	500.00	1.48	740.00
	Lubricantes litro	3.00	23.50	70.50
	Filtro	3.00	3.00	9.00
	Neumáticos	4.00	150.00	600.00
	Total			1,419.50
TOTAL GASTOS G. VENTAS				8,095.90

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

TABLA 40.
Resumen de Costos y Gastos

DESCRIPCION	v. total
MATERIA PRIMA DIRECTA	82263.78
MANO DE OBRA DE PRODUCCIÓN	25,798.32
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	119761.33
T. COSTOS DE PRODUCCIÓN	227823.43
GASTOS ADMINISTRATIVOS (SUELDOS+ GSTOS GENERALES)	20077.90
GASTOS DE VENTAS (SUELDOS+ GSTOS GENERALES)	14397.10
GASTOS FINANCIEROS	6242.98
TOTAL	268541.41

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

4.13 Capital de trabajo

El Capital de Trabajo es el fondo rotativo que se requiere para cumplir con las obligaciones financieras administrativas, como son pago de remuneraciones, Seguro Social, compra materia prima, insumos, fondos de terceros, intereses bancarios entre otros. El capital de trabajo es bimensual por lo que de los valores calculados anteriormente se toman como referencia para los meses de estudio.

TABLA 41.

Resumen del Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		VALOR
MATERIA PRIMA DIRECTA		13,710.63
Piña	5,419.71	
Mashua	1,354.92	
Stevia	6,936.00	
MANO DE OBRA DIRECTA		4,332.52
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN		19,960.22
GASTOS ADMINISTRATIVOS		3,346.32
GASTOS DE VENTAS		2,399.52
GASTOS FINANCIEROS		1,040.50
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		44,789.70

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

4.14. Inversiones Diferidas

4.14.1. Gastos de Constitución

Para poner en marcha el proyecto se requieren requisitos y actividades de inducción de acuerdo al siguiente detalle:

TABLA 42.

Gastos de Constitución

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Constitución Notaria Pública	100	100
1	Estudios, diseños, y gastos de publicidad	500	500
1	Inscripción Registro Mercantil	250	250
1	Honorarios Abogado y permisos de funcionamiento	950	950
1	Patente	100	100
TOTAL			1900

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

4.15. Inversión total del proyecto

La Inversión total del proyecto es de \$114622.45, para poner en marcha el proyecto. De acuerdo al siguiente detalle:

TABLA 43.
Resumen de Inversiones

DESCRIPCION	v. total
INVERSIONES ADMINISTRATIVAS	
TERRENO	12,000.00
EDIFICIO	25,200.00
MUEBLES DE OFICINA	1,188.42
EQUIPOS DE OFICINA	261.43
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1,559.24
subtotal	40,209.09
INVERSIONES VENTAS	
MUEBLES DE OFICINA	808.21
EQUIPOS DE OFICINA	191.43
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	760.22
VEHÍCULO	16,248.82
Subtotal Ventas	18,008.68
INVERSIONES OPERATIVAS	
MUEBLES DE OFICINA	671.76
MAQUINARIA Y EQUIPO	8,149.00
EQUIPOS DE SEGURIDAD	894.22
Subtotal	9,714.98
TOTAL	67,932.75
INVERSIONES DIFERIDAS	1,900.00
CAPITAL DE TRABAJO	44,789.70
TOTAL INVERSIONES	114,622.45

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

4.16. Financiamiento del proyecto

El financiamiento se lo realizará con capital propio \$ 53757.93 que corresponde al 46.90% y la diferencia por \$ 60864.52 financiado con un préstamo al Banco Nacional de Fomento de la Ciudad de Ibarra a cinco años plazo con el 11,20 de Interés anual. La inversión fijas que se requerirá para poner en marcha el presente proyecto es \$ 67.932,75 y la inversión variable es de \$ 44789.70, y diferida \$ 1900 dando un total de \$ 114622.45.

CAPÍTULO V

1. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Introducción

Para realizar un estudio financiero se requieren de tres clases de presupuestos que son de inversiones que son fijas y variables, presupuesto de ingresos que son las ventas de mermelada, el de Costos en el que constan Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa, y Costos Indirectos de Fabricación y los gastos que son Gastos Administrativos, Gastos de Ventas y Gastos Financieros.

Con estos resultados se realizan los estados financieros que son el Estado de Resultados Integral, Estado de Situación Financiera y finalmente el Flujo de Caja con el que se realizará la evaluación financiera, utilizando técnicas conocidas como la Tasa de Rendimiento Medio, el VAN, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Costo Beneficio, Recuperación del Dinero en el Tiempo, Punto de Equilibrio y Análisis de Sensibilidad.

5.2 Estado de situación Financiera Inicial

En este estado están todas las inversiones que se realizarán para ejecutar el proyecto y consta de activos corrientes como es el capital de Trabajo, para cumplir con las obligaciones financieras; La Propiedad Planta y Equipo donde constan los bienes inmuebles y muebles que se requieren para cada área y en los pasivos esta los pasivos corrientes como es la deuda u obligación financiera adquirida; y por último está el capital que es la inversión propia del inversionista.

TABLA 44.
BALANCE DE ARRANQUE
AÑO CERO

ACTIVOS			PASIVOS		
Activos de Libre Disponibilidad			Obligaciones con Instituciones Financieras		
Capital Trabajo	44789.7		Obligación Largo Plazo	60864.52	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			TOTAL PASIVO		
Área Administrativa			60864.52		
TERRENO	12000		PATRIMONIO		
EDIFICIO	25200		53757.93		
MUEBLES DE OFICINA	1188.42		Inversión Propia		
EQUIPOS DE OFICINA	261.43		53757.93		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1559.24		TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		
Área Ventas			114622.45		
MUEBLES DE OFICINA	808.21				
EQUIPOS DE OFICINA	191.43				
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	760.22				
VEHÍCULO	16248.82				
Área Producción					
MUEBLES DE OFICINA	671.76				
MAQUINARIA Y EQUIPO	8149				
EQUIPOS DE SEGURIDAD	894.22				
ACTIVOS DIFERIDOS					
Gastos de Constitución	1900				
TOTAL ACTIVO		114622.45			

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

5.2 Ingresos

Los Ingresos proyectados están validados con los estudios anteriores con los porcentajes de la demanda insatisfecha y la capacidad de la demanda insatisfecha de mermelada de mashua y piña endulzada con stevia, llegando a una capacidad máxima de 151.000 frascos de 300 gramos que se realizará en el quinto año. Los ingresos están validados con el estudio de mercado pues la oferta potencial es del 19,30 % de la demanda insatisfecha.

5.3 Proyección de ingresos

Para la proyección de ingresos se realizará con la fórmula de crecimiento exponencial y un crecimiento del 3,80 % en concordancia al crecimiento del país.

TABLA 45.
Proyección de Ingresos

DESCRIPCION	2016	2017	2018	2019	2020
Mermelada de piña y Mashua 300	130073	135016	140146	145472	151000
Precio	2.5	2.58	2.67	2.76	2.85
TOTAL	325183	348341	374190	401503	430350

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

5.4 Egresos

5.4.1. Costos de Producción

Los costos de producción son indispensables para transformar los materiales en productos terminados o semi elaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria y equipo y está formado por tres elementos que son: Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Fabricación.

a) Materia Prima Directa

Es elemento más importante para la elaboración del producto que es la mermelada de Mashua y Piña, endulzada con stevia.

TABLA 46.
Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA	AÑOS	RUBROS	2016	2017	2018	2019	2020
Piña	Cantidad	Unidad	65036.56	33753.97	35036.63	36368.02	37750.00
	Precio		0.50	1.03	1.07	1.10	1.14
	Total		32518.28	34,894.86	37,445.13	40,181.78	43,118.45
Mashua	Cantidad	kilo	16259	16876.84	17518.16	18183.85	18874.84
	Precio		0.5	0.52	0.53	0.55	0.57
	Total		8129.50	8723.64	9361.20	10045.36	10779.52
Stevia	Cantidad	kilo	2601	2699.84	2802.43	2908.92	3019.46
	Precio		16	16.54	17.10	17.68	18.28
	Total		41,616.00	44,657.48	47,921.25	51,423.54	55,181.80
TOTAL			82263.78	88275.98	94727.58	101650.68	109079.76

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

b) Mano de Obra Directa

La pequeña empresa de producción y comercialización de mermelada de mashua y piña endulzada con stevia requiere de tres operarios que tengan experiencia en labores de la producción de mermeladas o afines los cuales van a recibir una remuneración mensual, que comprende: Salario Mensual unificada y los componentes salariales como: Aporte Patronal, Fondo de Reserva, Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo, Vacaciones. Este tipo de trabajador comprende aquellos que producen la mermelada de mashua y piña, endulzada con Stevia.

La Mano de Obra Directa está relacionada con los trabajadores encargados de la elaboración de mermelada. Para el aumento de la remuneración está calculada con el crecimiento exponencial tomando como base el salario del año 2011 de \$264 hasta el salario del 2016 que es de \$ 366,00 decretados por el Gobierno Nacional y da un promedio del 6,8 % de aumento anual.

TABLA 47.

Crecimiento Histórico de Salarios

AÑO	CRECIMIENTO HISTÓRICO DE LOS SALARIOS	$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$
2011	264	
2012	292	0,11
2013	318	0,09
2014	340	0,07
2015	354	0,04
2016	366	0,03
SUBTOTAL		0,34
TOTAL		$\sum i = 0,068$

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

La tasa promedio representa el $0.068 = 6.80 \%$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.34}{5} = 0.068 (i)$$

TABLA 48.***Mano de Obra Directa***

PERSONAL	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Jefe de producción	500.00	534.00	570.31	609.09	650.51
Operario 1	380.00	405.84	433.44	462.91	494.39
Operario 2	380.00	405.84	433.44	462.91	494.39
Operario 3	380.00	405.84	433.44	462.91	494.39
TOTAL MENSUAL	1,640.00	1,751.52	1,870.62	1,997.83	2,133.68
TOTAL ANUAL REMUNERACIONES	19,680.00	21,018.24	22,447.48	23,973.91	25,604.13
COMPONENTES SALARIALES					
Salario Básico Unificado	19,680.00	21,018.24	22,447.48	23,973.91	25,604.13
Vacaciones	820.00	875.76	935.31	998.91	1,066.84
Aporte Patronal	2,391.12	2,553.72	2,727.37	2,912.83	3,110.90
Fondos de Reserva	-	1,750.82	1,869.88	1,997.03	2,132.82
13er Sueldo	1,640.00	1,751.52	1,870.62	1,997.83	2,133.68
14to Sueldo	1,464.00	1,563.55	1,669.87	1,783.42	1,904.70
TOTAL	25,995.12	29,513.61	31,520.53	33,663.93	35,953.08

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras**Fuente:** Datos obtenidos en el estudio técnico**c) Costos Indirectos de Fabricación**

Para determinar los costos indirectos de fabricación en los años futuros, se consideró una tasa de crecimiento del 3.38 %, de acuerdo a la inflación acumulada a Diciembre del 2015 y su crecimiento económico del 3,80 % anual.

Para la producción de mermelada de mashua y piña endulzada con stevia se requieren costos indirectos de fabricación complementarios como son: energía eléctrica, agua potable, internet, ademes insumos y prendas para la factoría, además dentro de las normas de seguridad industrial se requieren materiales de protección e higiene, a continuación se detalla lo siguiente:

TABLA 49.

Costos Indirectos de Fabricación

RUBROS		AÑO 2016			AÑO 2017			AÑO 2018			AÑO 2019			AÑO 2020		
		CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
INSUMOS	Ácido cítrico	1301	6.5	8456.5	1350.44	6.72	9,074.54	1401.75	6.95	9,737.75	1455.02	7.18	10,449.42	1510.31	7.42	11,213.11
	Pectina	1301	13	16913	1350.44	13.44	18,149.08	1401.75	13.89	19,475.49	1455.02	14.36	20,898.85	1510.31	14.85	22,426.22
	Frascos unidad de 300 grs	130073	0.56	72840.88	135,015.77	0.58	78,164.41	140,146.37	0.60	83,877.01	145,471.94	0.62	90,007.11	150,999.87	0.64	96,585.23
	Empaques	130073	0.15	19510.95	135,015.77	0.16	20,936.90	140,146.37	0.16	22,467.06	145,471.94	0.17	24,109.05	150,999.87	0.17	25,871.04
	TOTAL			117721.33			126,324.92			135,557.30			145,464.43			156,095.61
UTENSILLOS DE COCINA	Cuchillos	5	15	75	5.00	15.51	77.54	5.00	16.03	80.16	5.00	16.57	82.86	5.00	17.13	85.67
	Cubetas plásticas	16	10	160	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Balde plástico	3	55	165	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Colador de aluminio	4	42	168	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Cucharones	5	10	50	5.00	10.34	51.69	5.00	10.69	53.44	5.00	11.05	55.24	5.00	11.42	57.11
	TOTAL			618			129.23			133.59			138.11			142.78
SERVICIOS B.	Agua Potable Cantidad (m3)	10	0.15	1.5	10.38	0.16	1.61	10.77	0.16	1.73	11.18	0.17	1.85	11.61	0.17	1.99
	ANUAL			18			19.32			20.73			22.24			23.87
	Energía Eléctrica Cantidad (KW)	500	0.15	75	519.00	0.16	80.48	538.72	0.16	86.36	559.19	0.17	92.68	580.44	0.17	99.45
	ANUAL			900			965.78			1,036.36			1,112.10			1,193.38
	Teléfono Cantidad (minutos)	200	0.06	12	207.60	0.06	12.88	215.49	0.06	13.82	223.68	0.07	14.83	232.18	0.07	15.91
	ANUAL			144			154.52			165.82			177.94			190.94
	Internet Valor (plan) mensual		10.00	10		10.38	10.38		10.77	10.77		11.18	11.18		11.61	11.61
	ANUAL			120			124.56			129.29			134.21			139.31
	TOTAL			1182			1,264.18			1,352.20			1,446.49			1,547.49
MATERIALES DE PROTECCION	Mandiles	6	20	120	-	20.68	-	6.00	21.37	128.25	-	22.10	-	-	22.84	-
	Botas	6	10	60	-	10.34	-	6.00	10.69	64.12	-	11.05	-	-	11.42	-
	Gorros	6	5	30	6.00	5.17	31.01	6.00	5.34	32.06	6.00	5.52	33.15	6.00	5.71	34.27
	Guantes	6	5	30	6.00	5.17	31.01	6.00	5.34	32.06	6.00	5.52	33.15	6.00	5.71	34.27
	TOTAL			240			62.03			256.50			66.29			68.53
TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				119761.33			127,780.35			137,299.59			147,115.31			157,854.41

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

a. Gastos administrativos

Los gastos administrativos contendrán los sueldos y salarios del Talento Humano, con un aumento del 6.80% por cada año, de acuerdo con el crecimiento salarial tomado como referencia desde el 2011 hasta el 2016, y los suministros y servicios básicos con un incremento por inflación del 3.38 % para cada año.

TABLA 50.

Sueldos Administrativos

PERSONAL	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2019
Administrador gerencial	750.00	801.00	855.47	913.64	975.77
Contador	500.00	534.00	570.31	609.09	650.51
Total Mensual	1,250.00	1,335.00	1,425.78	1,522.73	1,626.28
Total Anual Remuneraciones	15,000.00	16,020.00	17,109.36	18,272.80	19,515.35
COMPONENTES SALARIALES					
Salario Básico Unificado	15,000.00	16,020.00	17,109.36	18,272.80	19,515.35
Vacaciones	625.00	667.50	712.89	761.37	813.14
Aporte Patronal	1,822.50	1,946.43	2,078.79	2,220.14	2,371.11
Fondos de Reserva	-	1,334.47	1,425.21	1,522.12	1,625.63
13er Sueldo	1,250.00	1,335.00	1,425.78	1,522.73	1,626.28
14to Sueldo	732.00	781.78	834.94	891.71	952.35
TOTAL	19,429.50	22,085.17	23,586.96	25,190.88	26,903.86

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos MRL

- **Gastos Generales Administrativos**

Para la administración de la empresa en estudio se requieren servicios básicos, materiales de oficina, de aseo y gastos de constitución para cumplir con los requisitos legales de ejecución del proyecto.

TABLA 51.

Gastos Generales Administrativos

	RUBROS	AÑO 2016			AÑO 2017			AÑO 2018			AÑO 2019			AÑO 2020		
		CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Servicios Básicos	Agua Potable Cantid	5	0.15	0.75	5.19	0.16	0.80	5.39	0.16	0.86	5.59	0.17	0.93	5.80	0.17	0.99
	ANUAL			9	ANUAL		9.66	ANUAL		10.36	ANUAL		11.12	ANUAL		11.93
	Energía Eléctrica Ca	100	0.15	15	103.80	0.16	16.10	107.74	0.16	17.27	111.84	0.17	18.54	116.09	0.17	19.89
	ANUAL			180	ANUAL		193.16	ANUAL		207.27	ANUAL		222.42	ANUAL		238.68
	Teléfono Cantidad (r	100	0.06	6	103.80	0.06	6.44	107.74	0.06	6.91	111.84	0.07	7.41	116.09	0.07	7.96
	ANUAL			72	ANUAL		77.26	ANUAL		82.91	ANUAL		88.97	ANUAL		95.47
	Internet	10		10	10.38		10.38	10.77		10.77	11.18		11.18	11.61		11.61
	ANUAL			120	ANUAL		124.56	ANUAL		129.29	ANUAL		134.21	ANUAL		139.31
	TOTAL SERVICIOS BASICOS			381	TOTAL		404.64	TOTAL		429.84	TOTAL		456.72	TOTAL		485.39
Materiales de Oficina	Carpetas archivador	12	1.5	18	12	1.55	18.61	12	1.60	19.24	12	1.66	19.89	12	1.71	20.56
	Factureros	6	7.5	45	6	7.75	46.52	6	8.02	48.09	6	8.29	49.72	6	8.57	51.40
	Carpetas plásticas	24	0.5	12	24	0.52	12.41	24	0.53	12.82	24	0.55	13.26	24	0.57	13.71
	Tableros	2	2	4	2	2.07	4.14	2	2.14	4.27	2	2.21	4.42	2	2.28	4.57
	Basureros	5	10	50	5	10.34	51.69	5	10.69	53.44	5	11.05	55.24	5	11.42	57.11
	Bolígrafos	24	0.35	8.4	24	0.36	8.68	24	0.37	8.98	24	0.39	9.28	24	0.40	9.59
	Papel Bond Cantida	8	4.5	36	8	4.65	37.22	8	4.81	38.47	8	4.97	39.78	8	5.14	41.12
	Grapadora	5	6	30	5	6.20	31.01	5	6.41	32.06	5	6.63	33.15	5	6.85	34.27
	Perforadora	5	6	30	5	6.20	31.01	5	6.41	32.06	5	6.63	33.15	5	6.85	34.27
	Agendas	5	6	30	5	6.20	31.01	5	6.41	32.06	5	6.63	33.15	5	6.85	34.27
	TOTAL MATERIALES DE OFICINA			263.4	TOTAL		272.30	TOTAL		281.51	TOTAL		291.02	TOTAL		300.86
Materiales de Aseo	Escobas	6	3	18	6	3.10	18.61	6	3.21	19.24	6	3.31	19.89	6	3.43	20.56
	Detergente	12	6.5	78	12	6.72	80.64	12	6.95	83.36	12	7.18	86.18	12	7.42	89.09
	Trapeador	6	4	24	6	4.14	24.81	6	4.27	25.65	6	4.42	26.52	6	4.57	27.41
	Desinfectante gl	4	4	16	4	4.14	16.54	4	4.27	17.10	4	4.42	17.68	4	4.57	18.28
	Recogedor	2	5	10	2	5.17	10.34	2	5.34	10.69	2	5.52	11.05	2	5.71	11.42
	Franelas	8	1	8	8	1.03	8.27	8	1.07	8.55	8	1.10	8.84	8	1.14	9.14
	TOTAL MATERIALES DE ASEO			154	TOTAL		159.21	TOTAL		164.59	TOTAL		170.15	TOTAL		175.90
TOTAL GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS				798.4			836.14			875.93			917.89			962.14

Elaborado por las autoras

Fuente: Estudio Técnico

Para cumplir con la normativa de la creación de la pequeña empresa se requieren de requisito e inducción al talento humano y publicaciones de acuerdo al siguiente detalle:

TABLA 52.
Gastos de Constitución

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Gastos de constitución	100	100
1	Estudios y diseños	500	500
1	Publicaciones	250	250
1	Capacitación	950	950
1	Patente	100	100
TOTAL			1900

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

Los gastos administrativos que se requieren para el primer año es \$24143.90

TABLA 53.
Consolidado Proyección de Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldos Administrativos	19,429.50	22,085.17	23,586.96	25,190.88	26,903.86
Servicios Básicos	381.00	404.64	429.84	456.72	485.39
Materiales de Oficina	263.40	272.30	281.51	291.02	300.86
Materiales de Aseo	154.00	159.21	164.59	170.15	175.90
Gastos de Constitución	1,900.00	-	-	-	-
TOTAL	24,143.90	24,938.32	26,480.89	28,127.76	29,886.00

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

b. Gastos de Ventas

- **Sueldo de ventas**

Para el área de ventas contará con un vendedor despachador encargado de ventas y compras, publicidad y promoción, buena imagen institucional de acuerdo a la siguiente tabla:

TABLA 54.***Sueldos de Ventas***

PERSONAL	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2019
Vendedor- despachador	400.00	427.20	456.25	487.27	520.41
Total Mensual	400.00	427.20	456.25	487.27	520.41
Total Anual Remuneraciones	4,800.00	5,126.40	5,475.00	5,847.29	6,244.91
COMPONENTES SALARIALES					
Salario Básico Unificado	4,800.00	5,126.40	5,475.00	5,847.29	6,244.91
Vacaciones	200.00	213.60	228.12	243.64	260.20
Aporte Patronal	583.20	622.86	665.21	710.45	758.76
Fondos de Reserva	-	427.03	456.07	487.08	520.20
13er Sueldo	400.00	427.20	456.25	487.27	520.41
14to Sueldo	366.00	390.89	417.47	445.86	476.17
TOTAL	6,349.20	7,207.97	7,698.12	8,221.59	8,780.66

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras**Fuente:** Datos obtenidos en el estudio técnico

- Gastos Generales de Ventas**

Los Gastos de publicidad y promoción están en concordancia a las estrategias planteados en el estudio de mercado, como es la publicidad en los medios de comunicación de mayor circulación en la Ciudad de Ibarra, como la Radio exa y el Diario el Norte, además se adquirirá una página WEB, para las ventas mediante correo electrónico o la publicidad.

TABLA 55.

Gastos Generales de Ventas

	RUBROS	AÑO 2016			AÑO 2017			AÑO 2018			AÑO 2019			AÑO 2020		
		CANTIDAD	COSTO	TOTAL	CANTIDAD	COSTO	TOTAL	CANTIDAD	COSTO	TOTAL	CANTIDAD	COSTO	TOTAL	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
PUBLICIDAD	Radio exa(2 cuñas diarias)	720.00	6.62	4,766.40	720.00	6.84	4,927.50	720.00	7.08	5,094.05	720.00	7.31	5,266.23	720.00	7.56	5,444.23
	Tarjetas de presentación (cientos)	200.00	1.00	200.00	200.00	1.03	206.76	200.00	1.07	213.75	200.00	1.10	220.97	200.00	1.14	228.44
	Página WEB plan semestral	2.00	475.00	950.00	-	491.06	-	-	507.65	-	-	524.81	-	-	542.55	-
	Hojas volantes	2,000.00	0.02	40.00	2,000.00	0.02	41.35	2,000.00	0.02	42.75	2,000.00	0.02	44.19	2,000.00	0.02	45.69
	Diario el Norte (1Publicación al mes)	12.00	60.00	720.00	12.00	62.03	744.34	12.00	64.12	769.49	12.00	66.29	795.50	12.00	68.53	822.39
	Total			6,676.40			5,919.95			6,120.05			6,326.90			6,540.75
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	Combustible galones	500.00	1.48	740.00	500.00	1.53	765.01	500.00	1.58	790.87	500.00	1.64	817.60	500.00	1.69	845.24
	Lubricantes litro	3.00	23.50	70.50	3.00	24.29	72.88	3.00	25.12	75.35	3.00	25.96	77.89	3.00	26.84	80.53
	Filtro	3.00	3.00	9.00	3.00	3.10	9.30	3.00	3.21	9.62	3.00	3.31	9.94	3.00	3.43	10.28
	Neumáticos	4.00	150.00	600.00	-	155.07	-	4.00	160.31	641.25	-	165.73	-	4.00	171.33	685.33
	Total			1,419.50			847.20			1,517.08			905.44			1,621.37
TOTAL GASTOS G. VENTAS				8,095.90			6,767.15			7,637.13			7,232.34			8,162.12

Elaborado por las autoras Fuente: Estudio Técnico

TABLA 56

Consolidado Proyección de Gatos de Ventas

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldos Ventas	6,349.20	7,207.97	7,698.12	8,221.59	8,780.66
Publicidad	6,676.40	5,919.95	6,120.05	6,326.90	6,540.75
Combustibles y Lubricantes	1,419.50	847.20	1,517.08	905.44	1,621.37
TOTAL	14,445.10	13,975.13	15,335.24	15,453.93	16,942.78

Elaborado por las autoras Fuente: Estudio Técnico

c. Gastos Financieros

La inversión financiada se la realizará a través del Banco Nacional de Fomento, por ser una institución del Estado sin ánimo de Lucro, subsidia el interés, con la finalidad de incentivar la producción y por ende la ejecución de proyectos y así dinamizar la economía.

- **Condiciones para el préstamo:**

- Estar en el Buró Crediticio sobre los 850 puntos
- Monto: 60847.10
- Interés: 11.79 %
- Plazo: 5 años
- Periodos de pago: Amortización fija mensual
- Financia hasta el 70 % en planes de inversión
- Garantías hipotecarias

a) Requisitos:

- Copias de cédulas de Ciudadanía actualizada y papeleta de votación a color de cónyuges y garante.
- Copia de Registro Único de Contribuyentes RUC o RISE de los solicitantes para montos mayores de \$3000
- Copia de una planilla de servicio básico máximo de hasta dos meses tanto para el socio como para el garante

- Plan de inversión, formato entregado por el banco
- Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar para prestamos superiores \$100000
- Cotizaciones de los bienes a adquirir

d. Cálculo del préstamo (Fórmula):

$$V_c = \frac{(V_p) \times i \times (1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor cuota:	V_c	=	?
Valor del préstamo:	V_p	=	60864.52 usd
Tasa interés:	i	=	11.79%
Períodos:	n	=	60 meses (5 años)

Reemplazando Datos:

$V_c = \frac{(60864.52) \times (0.009825) \times (1+0.009825)^{60}}{[(1+0.009825)^{60} - 1]}$	= 1,347.45
---	------------

Vc= \$1347.45

La tasa de interés mensual se obtiene a partir del interés anual del 11.79 %, el cual, se divide para 12 meses dando el valor de 0,009825% mensual, es decir una tasa de interés mensual de 0.009825. Los 60 meses corresponden a los cinco años de duración del proyecto.

TABLA 57
Cálculo depreciación del Crédito

NRO	CUOTA FIJA	INTERES	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
0				60,864.52
1	1,347.45	597.99	749.45	60,115.07
2	1,347.45	590.63	756.82	59,358.25
3	1,347.45	583.19	764.25	58,594.00
4	1,347.45	575.69	771.76	57,822.24
5	1,347.45	568.10	779.34	57,042.89
6	1,347.45	560.45	787.00	56,255.89
7	1,347.45	552.71	794.73	55,461.16
8	1,347.45	544.91	802.54	54,658.61
9	1,347.45	537.02	810.43	53,848.19
10	1,347.45	529.06	818.39	53,029.80
11	1,347.45	521.02	826.43	52,203.37
12	1,347.45	512.90	834.55	51,368.82
13	1,347.45	504.70	842.75	50,526.07
14	1,347.45	496.42	851.03	49,675.04
15	1,347.45	488.06	859.39	48,815.65
16	1,347.45	479.61	867.83	47,947.82
17	1,347.45	471.09	876.36	47,071.46
18	1,347.45	462.48	884.97	46,186.49
19	1,347.45	453.78	893.67	45,292.82
20	1,347.45	445.00	902.45	44,390.38
21	1,347.45	436.14	911.31	43,479.06
22	1,347.45	427.18	920.27	42,558.80
23	1,347.45	418.14	929.31	41,629.49
24	1,347.45	409.01	938.44	40,691.05
25	1,347.45	399.79	947.66	39,743.40
26	1,347.45	390.48	956.97	38,786.43
27	1,347.45	381.08	966.37	37,820.06
28	1,347.45	371.58	975.87	36,844.19
29	1,347.45	361.99	985.45	35,858.74
30	1,347.45	352.31	995.14	34,863.60
31	1,347.45	342.53	1,004.91	33,858.69
32	1,347.45	332.66	1,014.79	32,843.90
33	1,347.45	322.69	1,024.76	31,819.15
34	1,347.45	312.62	1,034.82	30,784.32
35	1,347.45	302.46	1,044.99	29,739.33
36	1,347.45	292.19	1,055.26	28,684.07
37	1,347.45	281.82	1,065.63	27,618.45
38	1,347.45	271.35	1,076.10	26,542.35
39	1,347.45	260.78	1,086.67	25,455.68
40	1,347.45	250.10	1,097.35	24,358.33
41	1,347.45	239.32	1,108.13	23,250.21
42	1,347.45	228.43	1,119.01	22,131.19

43	1,347.45	217.44	1,130.01	21,001.18
44	1,347.45	206.34	1,141.11	19,860.07
45	1,347.45	195.13	1,152.32	18,707.75
46	1,347.45	183.80	1,163.64	17,544.11
47	1,347.45	172.37	1,175.08	16,369.03
48	1,347.45	160.83	1,186.62	15,182.41
49	1,347.45	149.17	1,198.28	13,984.13
50	1,347.45	137.39	1,210.05	12,774.07
51	1,347.45	125.51	1,221.94	11,552.13
52	1,347.45	113.50	1,233.95	10,318.18
53	1,347.45	101.38	1,246.07	9,072.11
54	1,347.45	89.13	1,258.31	7,813.80
55	1,347.45	76.77	1,270.68	6,543.12
56	1,347.45	64.29	1,283.16	5,259.96
57	1,347.45	51.68	1,295.77	3,964.19
58	1,347.45	38.95	1,308.50	2,655.69
59	1,347.45	26.09	1,321.36	1,334.34
60	1,347.45	13.11	1,334.34	0.00
TOTALES	80,846.85	19,982.33	60,864.52	

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

TABLA 58.

Tabla de Intereses anual al crédito Financiero

CONCEPTO/AÑO	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
INTERES	6,673.67	5,491.60	4,162.39	2,667.71	986.96	19,982.33
CAPITAL	9,495.70	10,677.77	12,006.98	13,501.66	15,182.41	60,864.52
TOTAL	16,169.37	16,169.37	16,169.37	16,169.37	16,169.37	80,846.85

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

- **Depreciaciones y amortizaciones**

Según artículo 28 del Reglamento para la aplicación del régimen Tributario Interno menciona; la depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- Inmuebles (excepto terrenos), y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual.”
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

TABLA 59.
Depreciación y Amortizaciones

NRO.	BIENES	PORCENTAJE	AÑOS	REINVERSIÓN	INVERSIÓN
ÁREA ADMINISTRATIVA	TERRENO				12,000.00
	EDIFICIO	5%	20 AÑOS		25,200.00
	MUEBLES DE OFICINA	10%	10 AÑOS		1,188.42
	EQUIPOS DE OFICINA	10%	10 AÑOS		261.43
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	33,33%	3 AÑOS		1,559.24
	Reinversión Equipos de computación	33,33%	3 AÑOS	1,559.24	
ÁREA DE VENTAS	MUEBLES DE OFICINA	10%	10 AÑOS		808.21
	EQUIPOS DE OFICINA	10%	10 AÑOS		191.43
	VEHÍCULO	20%	5 AÑOS		16,248.82
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	33,33%	3 AÑOS		760.22
	Reinversión Equipos de computación	33,33%	3 AÑOS	760.22	
ÁREA OPERATIVA	MUEBLES DE OFICINA	10%	10 AÑOS		671.76
	MAQUINARIA Y EQUIPO	10%	10 AÑOS		8,149.00
	EQUIPOS DE SEGURIDAD	10%	10 AÑOS		894.22
TOTAL USD.....				2319.46	67,932.75

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

TABLA 60.
Resumen De Depreciaciones anuales de Activos Fijos

Nº	DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019	DEPRE. ACUM.	SALDO LIBROS
ÁREA ADMINISTRATIVA	TERRENO	-	-	-	-	-	-	12,000.00
	EDIFICIO	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	1,260.00	6,300.00	18,900.00
	MUEBLES DE OFICINA	118.84	118.84	118.84	118.84	118.84	594.20	594.22
	EQUIPOS DE OFICINA	26.14	26.14	26.14	26.14	26.14	130.70	130.73
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	519.75	519.75	519.75			1,559.25	-
	Reinversión Equipos de computación				519.75	519.75	1,039.50	519.74
	SUBTOTAL ADMINISTRATIVO	1,924.73	1,924.73	1,924.73	1,924.73	1,924.73	9,623.65	32,144.69
ÁREA DE VENTAS	MUEBLES DE OFICINA	80.82	80.82	80.82	80.82	80.82	404.10	404.11
	EQUIPOS DE OFICINA	19.14	19.14	19.14	19.14	19.14	95.70	95.73
	VEHÍCULO	3,249.76	3,249.76	3,249.76	3,249.76	3,249.76	16,248.82	-
	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	253.41	253.41	253.41			760.22	-
	Reinversión Equipos de computación				253.41	253.41	506.82	253.40
	Subtotal Ventas	3,603.13	3,603.13	3,603.13	3,603.13	3,603.13	18,015.66	753.24
ÁREA OPERATIVA	MUEBLES DE OFICINA	67.18	67.18	67.18	67.18	67.18	335.90	335.86
	MAQUINARIA Y EQUIPO	814.90	814.90	814.90	814.90	814.90	4,074.50	4,074.50
	EQUIPOS DE SEGURIDAD	89.42	89.42	89.42	89.42	89.42	447.10	447.12
	Subtotal	971.50	971.50	971.50	971.50	971.50	4,857.50	4,857.48
TOTAL USD.....		6,499.36	6,499.36	6,499.36	6,499.36	6,499.36	32,496.81	37,755.41

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

5.10 Resumen de Ingresos, Costos y Gastos Proyectados

Los ingresos proyectados, consisten en la venta de la mermelada de mashua y piña endulzada con stevia, los egresos proyectados son los costos y gastos que se requieren para poner en ejecución el proyecto, y esta tabla es indispensable para calcular el Costo Beneficio del Proyecto

TABLA 61

Presupuesto y Proyección de Ingresos, Costos y Gastos

CONCEPTO/ ANOS	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS					
Mermelada de Piña y Mashua	325183	348341	374190	401503	430350
TOTAL INGRESOS	325183	348341	374190	401503	430350
COSTOS					
Materia Prima Directa	82,263.78	88,275.98	94,727.58	101,650.68	109,079.76
Mano de Obra Directa	25,995.12	29,513.61	31,520.53	33,663.93	35,953.08
Costos Indirectos Producción	119,761.33	127,780.35	137,299.59	147,115.31	157,854.41
TOTAL COSTOS	228,020.23	245,569.94	263,547.70	282,429.93	302,887.25
GASTOS					
Sueldos Área Administrativa	19,429.50	22,085.17	23,586.96	25,190.88	26,903.86
Gastos Generales Administrativos	798.40	836.14	875.93	917.89	962.14
Sueldos Área de Ventas	6,349.20	7,207.97	7,698.12	8,221.59	8,780.66
Gastos Generales de Ventas	8,095.90	6,767.15	7,637.13	7,232.34	8,162.12
DEPRECIACIONES	6,499.36	6,499.36	6,499.36	6,499.36	6,499.36
Gastos Financieros (intereses)	6,673.67	5,491.60	4,162.39	2,667.71	986.96
Amortización Gtos. Constitución	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00
TOTAL GASTOS	48,226.03	49,267.41	50,839.89	51,109.76	52,675.10
TOTAL COSTOS + GASTOS	276,246.26	294,837.34	314,387.59	333,539.69	355,562.35
UTILIDAD O PERDIDA PROYECTADA	48,936.24	53,503.94	59,802.23	67,963.03	74,787.65

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

5.11 Estados financieros presupuestados

5.11.1 Estado de Resultados Integral

El Estado de Resultados Integral tiene como objeto mediante los ingresos y egresos determinar la utilidad o pérdida del ejercicio.

TABLA 62.
Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	325,182.50	348,341.28	374,189.82	401,502.72	430,350.00
(-) Costos de Producción	228,020.23	245,569.94	263,547.70	282,429.93	302,887.25
UTILIDAD BRUTA	97,162.27	102,771.34	110,642.12	119,072.79	127,462.75
(-) Gastos Administrativos					
Sueldos Administrativos	19,429.50	22,085.17	23,586.96	25,190.88	26,903.86
Servicios Básicos	381.00	404.64	429.84	456.72	485.39
Materiales de Oficina	263.40	272.30	281.51	291.02	300.86
Materiales de Aseo	154.00	159.21	164.59	170.15	175.90
Gastos de Constitución	1,900.00	-	-	-	-
(-) Gastos de Ventas					
Sueldos Ventas	6,349.20	7,207.97	7,698.12	8,221.59	8,780.66
Publicidad	6,676.40	5,919.95	6,120.05	6,326.90	6,540.75
Combustibles y Lubricantes	1,419.50	847.20	1,517.08	905.44	1,621.37
(-)Depreciaciones	6,499.36	6,499.36	6,499.36	6,499.36	6,499.36
(-) Amortización Gastos de Constitución	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00
UTILIDAD OPERATIVA	53,709.91	58,995.54	63,964.62	70,630.74	75,774.61
(-) Gastos Financieros -intereses	6,673.67	5,491.60	4,162.39	2,667.71	986.96
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES	47,036.24	53,503.94	59,802.23	67,963.03	74,787.65
(-)15% PARTICIPACION TRABAJADORES	7,055.44	8,025.59	8,970.33	10,194.46	11,218.15
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	39,980.80	45,478.35	50,831.90	57,768.58	63,569.50
(-) IMPUESTO A LA RENTA	3,729.62	4,541.67	5,458.78	6,687.32	8,483.30
UTILIDAD NETA PROYECTADA	36,251.18	40,936.68	45,373.12	51,081.26	55,086.20

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

5.12 Flujo de Caja

El flujo de Caja es similar al Estado de Resultados pero solo en efectivo son los ingresos menos los egresos actualizados. Este estado financiero es de vital importancia porque permite realizar la evaluación financiera.

TABLA 63.
Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN/ AÑOS	AÑO 0	2016	2017	2018	2019	2020
INVERSION TOTAL	114622.45					
Capital propio	53757.93					
Capital Financiado	60864.52					
INGRESOS						
Utilidad Neta		36,251.18	40,936.68	45,373.12	51,081.26	55,086.20
(+) Depreciaciones		6,499.36	6,499.36	6,499.36	6,499.36	6,499.36
(+) Valor de reinversión					2,319.46	
Total Ingresos		42,750.54	47,436.04	51,872.48	59,900.08	61,585.56
EGRESOS						
Pago del Capital		9,495.70	10,677.77	12,006.98	13,501.66	15,182.41
Pagos diferidos		380.00	380.00	380.00	380.00	380.00
Total Egresos		9,875.70	11,057.77	12,386.98	13,744.70	15,213.12
(+) Recuperación del capital						44,789.70
(+) Rechupe. Activos F. (saldo en libros)						33,755.41
FLUJO NETO PROYECTADO		32,874.84	36,378.27	39,485.50	46,155.38	124,917.55

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

5.13 Evaluación Financiera

5.13.1 Tasa de Rendimiento Medio y Costo de oportunidad

TABLA 64.
Cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO				
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO
INV. PROPIA	53757.93	46.90%	11.50%	5.39%
INV. FINANCIERA	60864.52	53.10%	11.79%	6.26%
TOTAL	114622.45	100%		11.65%

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

$$TRM = (1 + CK) * (1 + inf) - 1$$

$$TRM = (1 + 11.65\%) * (1 + 3.38\%) - 1$$

$$TRM = \boxed{15.43\%}$$

Es una tasa relativa de desgaste de la inversión. La diferencia de ingresos menos egresos se convierten en flujos de caja para la recuperación de inversión. Constituye una referencia de cálculo para medir la factibilidad del proyecto la Tasa de Rendimiento Medio tiene dos componentes:

- a) Costo de capital (del inversionista y del crédito).
- b) Nivel de riesgo (expresado en una tasa de inflación).

Para el cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio se consideró, la inversión propia con una tasa ponderada del 11.50% en relación al capital del inversionista que pudiera ser pagado en una póliza de inversión fija, y el capital prestado al Banco Nacional de Fomento que subsidia el interés por ser una institución de Gobierno al 11.79%. Para el cálculo de la fórmula de la Tasa de Rendimiento Medio se considera la inflación del 3,38 % consultada en la página del Banco Central del Ecuador.

La Tasa de Rendimiento Medio es 15.43 %.

5.13.2 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador financiero muestra el monto de los beneficios reales que se tendrá en el desarrollo del proyecto ante la inversión. La tasa de rendimiento real mínimo del proyecto es del 15.43%; por lo que, el VAN proyectado para los cinco años será calculado de la siguiente forma:

TABLA 65.
Flujos Netos para el cálculo del VAN

Años Flujos	INVERSION INICIAL	FLUJOS NETOS	Factor actualización $1/(1+r)^{(n)}$	FCA
0	-114622.45			
1		32,874.84	0.87	28,480.33
2		36,378.27	0.75	27,302.64
3		39,485.50	0.65	25,673.29
4		46,155.38	0.56	25,998.46
5		124,917.55	0.49	60,957.90
				168,412.61

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \frac{FNE}{(1+r)^4} + \frac{FNE}{(1+r)^5}$$

$$VAN = -114622.45 + \frac{32874.84}{(1+0.1543)^1} + \frac{36378.27}{(1+0.1543)^2} + \frac{39485.50}{(1+0.1543)^3} + \frac{46155.38}{(1+0.1543)^4} + \frac{124917.55}{(1+0.1543)^5}$$

VAN=	53,790.16
------	-----------

El resultado es positivo; por lo tanto es un proyecto rentable, ya que, se ganará \$53790.16 después de recuperar la inversión inicial.

5.13.3. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

TABLA 66.

Flujos Netos para el Cálculo del TIR

AÑO	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 27%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 32%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-114,622.45		-114,622.45		-114,622.45
1	32,874.84	1.27	25,885.70	1.32	24,905.18
2	36,378.27	1.6129	22,554.57	1.7424	20,878.25
3	39,485.50	2.048383	19,276.42	2.299968	17,167.85
4	46,155.38	2.60144641	17,742.20	3.03595776	15,202.91
5	124,917.55	3.303836941	37,809.84	4.007464243	31,171.22
VAN			8,646.29		-5,297.04

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{(VAN Ti - VAN Ts)}$$

$$TIR = (0.270) + (0.320 - 0.270) \frac{8,646.29}{13,943.33}$$

TIR =	19.84
--------------	--------------

La tasa interna de retorno permite evaluar el proyecto para determinar si es rentable o no. Esta tasa deberá ser mayor a la tasa de rendimiento real mínima para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo de la TIR vamos a utilizar la tasa de rendimiento real mínima para obtener un VAN positivo y un VAN negativo. Entre mayor sea la diferencia con la tasa de descuento, más rápida es la recuperación de la inversión.

Este resultado permitió determinar que el proyecto es factible, en razón de que la TIR es superior a la tasa de rendimiento medio y permite igualar a la sumatoria actualizada de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

5.13.4 Recuperación del dinero en el tiempo

El periodo para la recuperación de la inversión del presente proyecto es de cuatro años un mes.

TABLA 67.

***Recuperación De la Inversión
Flujos Netos Actualizados***

AÑOS	INVERSION	FLUJOS NETOS.	FCA FNE/TRM	RECUPERACION ACUMULADA DE LA INVERSION
0	- 114622.45			
1		32,874.84	28,480.33	28,480.33
2		36,378.27	27,302.64	55,782.97
3		39,485.50	25,673.29	81,456.26
4		46,155.38	25,998.46	107,454.72
5		124,917.55	60,957.90	168,412.61
		279,811.54	168,412.61	441,586.89

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

Simbología

PR= $a + [(b-c)/d]$

a= año anterior inmediato al que se recupera la inversión

b= inversión inicial

c= suma de los flujos de efectivo anteriores

d= FNE del año en que se satisface la inversión

Aplicando la Formula

PR= $4 + [(114622.45 - 107454.72) / 60957.90]$

PR= 4+0.00117585

PR= Se recupera la inversión en 4 años y 1 meses

5.13.5 Índice Costo Beneficio de la Inversión

El Costo Beneficio es el resultado del presupuesto de ingresos actualizado dividido para el presupuesto de egresos actualizado. Dando como resultado que por cada dólar invertido se recupera el dólar más diez y nueve centavos adicionales.

TABLA 68.

Índice Costo Beneficio de la Inversión
Flujos Netos Actualizados

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS (TRM/I) ^{^n}	EGRESOS ACTUALIZADOS (TRM/E) ^{^n}
1	325,182.50	276,246.26	281,714.03	239,319.30
2	348,341.28	294,837.34	261,437.30	221,281.50
3	374,189.82	314,387.59	243,296.51	204,413.37
4	401,502.72	333,539.69	226,158.91	187,876.62
5	430,350.00	355,562.35	210,004.37	173,509.11
TOTAL	1,879,566.32	1,574,573.23	1,222,611.12	1,026,399.90

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

BENEFICIO COSTO	=	$\frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$	\longleftrightarrow	$\frac{1,222,611.12}{1,026,399.90}$	=	1.19	COSTO BENEFICIO
POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,19, ES DECIR GANA 0,19							

5.13.6 Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio es necesario realizar el presupuesto de ingresos por ventas de mermeladas de Mashua y Piña endulzada con stevia y de egresos que son costos fijos y variables, para calcular los niveles de producción

donde los costos totales se igualan a los ingresos y la utilidad operacional es cero. Los costos variables son egresos que aumentan o disminuyen según el volumen de producción, y los costos fijos son egresos que permanecen constantes en su valor sin importar el volumen de producción.

TABLA 69.

Ingresos y Gastos Proyectados para calcular el Punto de Equilibrio

DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS					
VENTAS	325,182.50	348,341.28	374,189.82	401,502.72	430,350.00
COSTOS FIJOS					
Remuneraciones Administrativas	19,429.50	22,085.17	23,586.96	25,190.88	26,903.86
Remuneraciones ventas	6,349.20	7,207.97	7,698.12	8,221.59	8,780.66
Mano de Obra Directa	25,995.12	29,513.61	31,520.53	33,663.93	35,953.08
Gastos de ventas	8,095.90	6,767.15	7,637.13	7,232.34	8,162.12
Gastos Administrativos	798.40	836.14	875.93	917.89	962.14
Gastos financieros	6,673.67	5,491.60	4,162.39	2,667.71	986.96
Depreciación	6,499.36	6,499.36	6,499.36	6,499.36	6,499.36
Amortización Gastos de Constitución	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00
TOTAL COSTO FIJO	74,221.15	78,781.01	82,360.42	84,773.69	88,628.18
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	82,263.78	88,275.98	94,727.58	101,650.68	109,079.76
Costos Indirectos Producción	119,761.33	127,780.35	137,299.59	147,115.31	157,854.41
TOTAL COSTO VARIABLE	202,025.11	216,056.33	232,027.17	248,766.00	266,934.17

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

$$PEq = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IV}}$$

Simbología y datos:

CF= Costos fijos

CV= Costos variables

IV= Ingresos por ventas

PEq (\$) = Punto de equilibrio

Reemplazando :

$$\text{Peq (\$)} = \frac{74,221.15}{1 - (202025.11 / 325182.50)} = 195,972.15$$

TABLA 70.
Resumen Cálculo del Punto de Equilibrio

DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	325,182.50	348,341.28	374,189.82	401,502.72	430,350.00
COSTOS FIJOS	74,221.15	78,781.01	82,360.42	84,773.69	88,628.18
COSTOS VARIABLES	202,025.11	216,056.33	232,027.17	248,766.00	266,934.17
PUNTO DE EQUILIBRIO	195,972.17	207,451.26	216,782.89	222,846.65	233,399.28

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

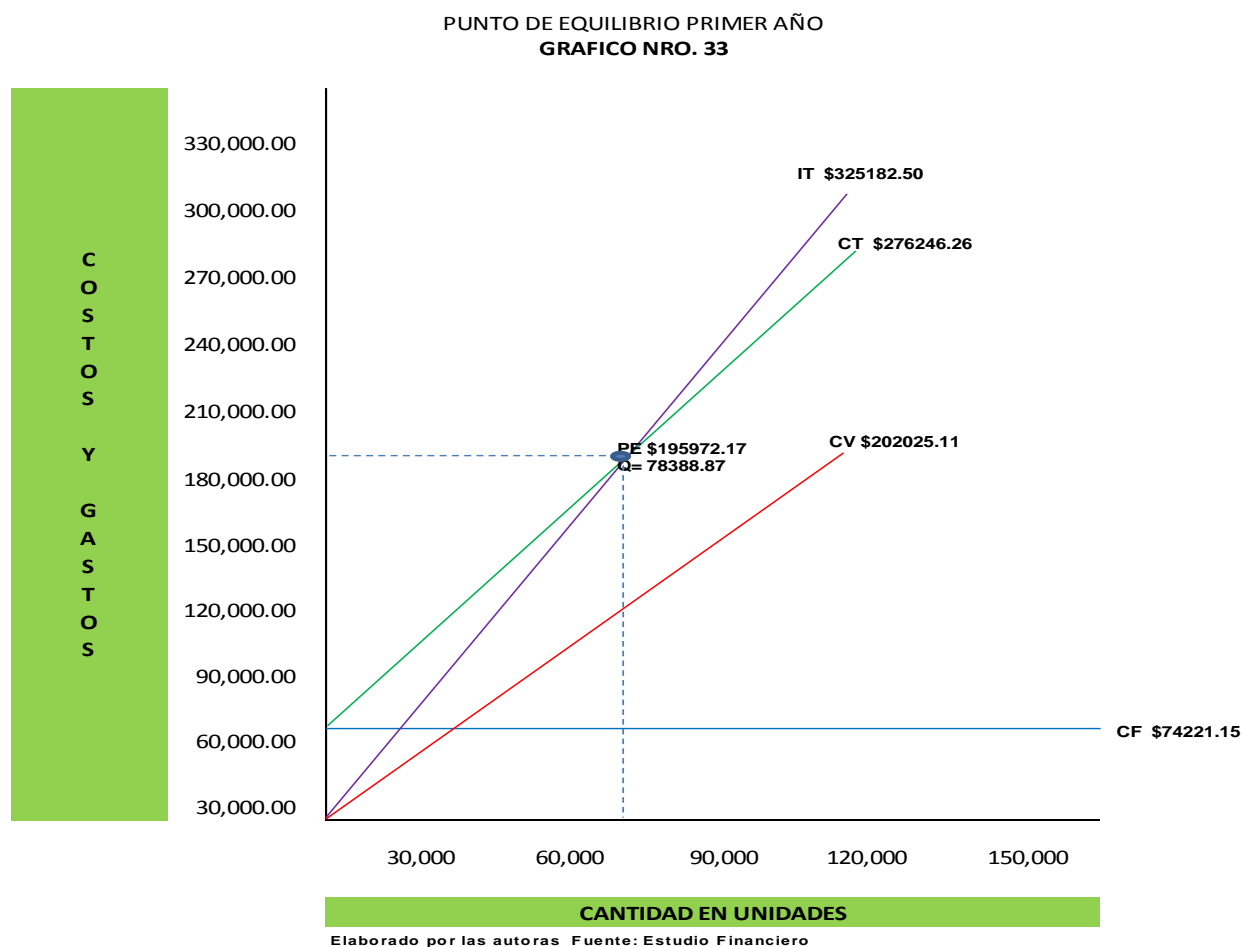
TABLA 71.

Punto de Equilibrio en Cantidad y Dólares para cada Año

AÑOS	PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VENTAS TOTAL	P.E. DÓLARES	PUNTO EQUILIBRIO K	COSTO TOTAL	Costo Fijo	Costo Variable
2016	130,073.00	2.50	325,182.50	195,972.17	78,388.87	276,246.26	74,221.15	202,025.11
2017	135,016.00	2.58	348,341.28	207,451.26	80,407.46	294,837.34	78,781.01	216,056.33
2018	140,146.00	2.67	374,189.82	216,782.89	81,192.09	314,387.59	82,360.42	232,027.17
2019	145,472.00	2.76	401,502.72	222,846.65	80,741.54	333,539.69	84,773.69	248,766.00
2020	151,000.00	2.85	430,350.00	233,399.28	81,894.48	355,562.35	88,628.18	266,934.17
TOTAL	701,707.00	13.36	1,879,566.32	1,076,452.24	402,624.45	1,574,573.23	408,764.45	1,165,808.78

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico



De acuerdo a la evaluación financiera se determina que el proyecto es factible realizarlo, pues todos sus indicadores son positivos, como se muestra en el siguiente detalle;

TABLA 72.
Resumen Evaluación Financiera

NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	15.43%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	19.84	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	53790.16	
4	RI	RECUPERACION INVERSIÓN	Se recupera la inversión en 4 años y 1 mes	PROYECTO PRODUCTIVO
5	CB	COSTO BENEFICIO	1.19	POR CADA DÓLAR GANA 0,19
6	PE\$	PUNTO DE EQUILIBRIO (DÓLARES)	195,972.17	PARA NO GANAR NI PERDER
	PEQ	PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)	78,388.87	

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

5.13.7 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Se realizó algunas pruebas en el análisis de sensibilidad, en el mismo que se determina que el proyecto es más sensible cuando se incrementan los costos de producción y cuando se disminuyen los ingresos, que cuando se disminuyen los gastos administrativos y de ventas, se adjunta el detalle de dicha evaluación.

TABLA 73.

Análisis de Sensibilidad

CONCEPTOS	Variación %	TIR %	VAN	EVALUACION
Aumento de costos de producción	5%	23.89%	31089.47	OK
Disminución de ingresos	-5%	20.89%	20048.5	OK
Disminución Gastos Administrativos y Ventas	-5%	30.05%	54050.05	OK
Aumento de costos de producción	10%	15,38%	- 41.90	SENSIBLE
Disminución de ingresos	-10%	10,22%	- 18,449.89	SENSIBLE
Disminución Gastos Administrativos y Ventas	-10%	29,23%	50,978.35	OK
Normal	0%	20.72	15,461.32	O.K.

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos en el estudio técnico

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA

6.1 Introducción

El talento Humano es el principal elemento de una empresa, pues de la eficiencia y eficacia depende la calidad del producto por lo que es indispensable contar un desarrollo organizacional donde se practique el trabajo en equipo, liderazgo, rotación de funciones para evitar obrero o empleados indispensables y sobre todo realizar un verdadero plan de capacitación que no es un gasto sino una inversión, donde el talento humano pueda desarrollar destrezas habilidades y se encuentre acorde con la tecnología actual a la que se le agrega la disciplina a través de la implementación del Reglamento Interno y Código de Ética, herramientas indispensables para el fiel cumplimiento de las labores poniendo las reglas claras. El talento humano es un elemento muy importante en una organización no solamente desde el punto de vista productivo sino también social ya que éste debe brindar un mecanismo de apoyo donde se encamine al cumplimiento y la satisfacción de propósitos pautados por la empresa; también es importante tener en cuenta los objetivos ya que éstos demuestran en muchas ocasiones el éxito o fracaso de la misma.

6.2 Denominación de la empresa

6.2.1 Nombre de la Empresa

La empresa se llamará “Mashuamer”, dulce jalea natural

6.2.2 Diseño de la Etiqueta



Gráfico 33. Diseño de Etiqueta

Fuente: Elaborado por las Autoras

6.2.3 Slogan

“Dulce jalea natural para tu paladar”.

6.3 Misión

Producir y comercializar al por menor y al por mayor mermelada de Mashua y piña endulzada con stevia de buena calidad a precios justos con una atención personalizada al cliente potencial.

6.4 Visión

Para el 2020, ser una empresa líder en producción y comercialización de mermelada de Mashua endulzada con stevia, aumentando su producción y ventas en un 20 %.

6.5 Objetivos Institucionales

- Cumplir con un sistema de Gestión de Calidad mediante el desarrollo organizacional, para mejorar continuamente los procesos y productos; todo mediante la asignación de un Plan operativo elaborado por Gerencia General.
- Implantación de una microempresa para mejorar la calidad de vida de quienes participen en la empresa mediante la generación de empleo.
- Establecer ofertas de productos nuevos y de calidad a precios justos mediante la publicidad y promoción para aumentar las ventas.

6.6 Valores Institucionales

- **Calidad de Trabajo.-** Cumpliendo con las expectativas de la pequeña empresa, aumentando la productividad, competitividad y cobertura
- **Honestidad.-** Mantener respeto con la empresa con los grupos de trabajo decir la verdad.

- **Puntualidad.-** Cumplir con los tiempos pactados para la venta o entrega de mercadería de forma prioritaria, afianzando la confiabilidad para con los clientes y consumidores finales.
- **Competitividad.-** Disminuir errores dar seguimiento de calidad en todos y cada uno de los procesos productivos para cubrir con la demanda insatisfecha y de forma equilibrada.
- **Compromiso con el Cliente.-** Realizar procesos organizados, disminuyendo posibles errores, para de esta forma agilizar la entrega de los productos requeridos por el cliente en menor tiempo a satisfacción del mismo.
- **Ética.-** Practicar valores y principios acordes con la Institución, mantener buena comunicación con compañeros y clientes de la empresa, ser solidarios y colaboradores con quienes lo requieran.
- **Sentido Práctico.-** Aplicar el sentido común y decidir con acierto con base a la experiencia y habilidad de responder con oportunidad y atender los problemas que se presenten en las operaciones de nuestros clientes.

6.7 Políticas

1. Se realizará convenios interinstitucionales con productores y comerciantes de materia prima con el fin de garantizar la materia prima para todo el año.
2. La atención será personalizada y la entrega se realizará en prioridad de pedido al consumidor potencial.
3. Las ventas se realizarán al contado y contra entrega.
4. Brindar trato justo y esmerado a todo el cliente consumidores finales.

5. Todos los integrantes de la empresa deben tener un compromiso ético.
6. Se realizará control de calidad de las materias primas para verificar que el producto se encuentra en óptimas condiciones para realizar los procesos respectivos.
7. El material que resulte no apto para la producción se realizará tratamiento especial orgánico, para producir productos alternos como dulces o jugos naturales a menor costo.
8. Se respetará los feriados locales y nacionales, por lo que en caso de requerir el trabajo en estos días se procederá al pago de horas extras de acuerdo con la ley vigente en nuestro País.
9. Se realizarán devoluciones de dinero o cambio de producto, en los casos en que haya sido comprobado el estado de deterioro o mal servicio por parte de la empresa.
10. En caso de tener dificultades en cualquiera de los procesos productivos, se comunicará de primera instancia al Jefe inmediato quien a su vez, seguirá la línea de autoridad para informar sobre el inconveniente presentado.
11. No se permitirá el ingreso de trabajadores o empleados que presenten signos de embriaguez o drogas, y los días que faltare por dichas consecuencias serán descontados de su remuneración sin justificación alguna.
12. Las promociones, rebajas o descuentos serán comunicados, mediante reunión por el responsable con un mes de anticipación para que todo el personal se encuentre informado.

6.8 Conformación Jurídica de la Empresa

a) Los requisitos para obtener el RUC por primera vez son:

- Formulario RUC 01-A.
- Original y copia de la cedula de ciudadanía.
- Original de la papeleta de votación (último proceso electoral).
- Copia de la planilla de agua. Luz o teléfono del domicilio y del lugar donde se realiza la actividad económica.

b) Los requisitos para obtener la patente municipal son:

- Recibo del último pago del impuesto predial de la ubicación de la actividad económica.
- Original y copia del RUC.
- Original y copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación.

c) Requisitos para el Permiso de los bomberos;

- Copia de la factura de recarga o compra de los extintores actualizada, Copia del RUC
- Copia de la Papeleta de votación del Representante Legal actualizado.
- Copia del plan de emergencia y evacuación de la empresa o similares.

d) Requisitos para obtener el Número Patronal;

- Número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), los requisitos son los siguientes:
- Contratos de trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo.
- Cédula de identidad del representante de la empresa.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliar a cada uno de los trabajadores.

e) Requisito para el permiso Sanitario;

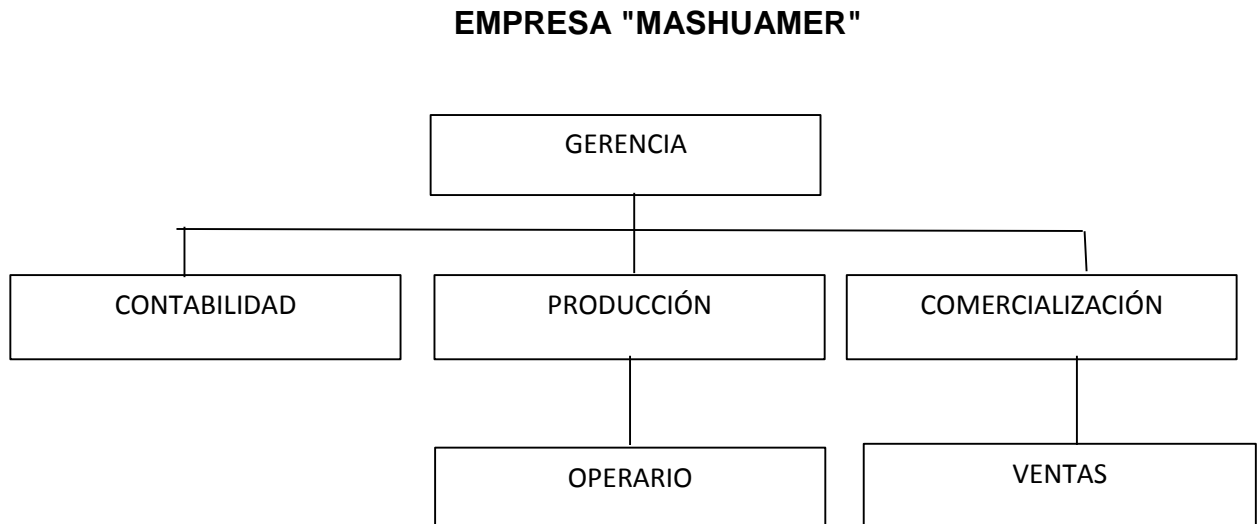
- Cédula
- Fotografías tamaño carne
- Examen Médico realizado en la unidad de salud de la ciudad.
- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios, para su adecuado funcionamiento.
- Informe final
- Permiso de funcionamiento

f) Los requisitos para obtener RUP (Registro único proveedores;

- Formulario impreso de registro en el RUP por el portal www.compraspublicas.gob.ec, firmado por quien pretende ser proveedor, ya que existe la posibilidad de vender al estado para que se incluya en la canasta básica familiar.
- Impreso del acuerdo de responsabilidad disponible también en el portal web www.compraspublicas.gob.ec, y firmado por quien pretende ser proveedor.
- Original y copia del Registro Único de Contribuyentes RUC
- Para ecuatorianos, copia de cédula de ciudadanía. Para extranjeros, una copia de la cédula o del pasaporte y de la visa vigente que le permita ejercer actividades comerciales.
- Para ecuatorianos, copia del certificado de votación vigente.
- Debe estar al día con tus obligaciones tributarias ante el SRI. No es necesario que presentes ningún certificado porque la verificación se hace por un sistema informático

- Si eres empleador, tendrá que estar al día con tus obligaciones con el IESS.
La verificación es electrónica, no debe presentar certificados

6.9 Estructura Organizacional de la empresa



NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Investigación Propia

6.10 Orgánico Funcional

Dentro del orgánico funcional se encuentran tres niveles jerárquicos y cuatro áreas establecidas.

a) Nivel Ejecutivo.

A este nivel le pertenece al gerente propietario que ejerce funciones de dirección, planificación, coordinación por ser el administrador y ejecutor; tiene como principal labor la administración de recursos humanos, financieros y de bienes, es el que elabora el presupuesto y lo ejecuta. Por ser el dueño de la empresa es el representante legal ante todas las entidades y organismos gubernamentales, además es autorizador de las ventas y adquisiciones de materia prima, insumos, nómina.

b) Nivel Administrativo

Dentro de este nivel Administrativo se encuentra:

- **Contabilidad.-** Aquí labora una Contadora CPA. Encargada de administrar el presupuesto conjuntamente con el Administrador Gerencial elaboran los presupuestos de ventas, inversiones, costos y gastos, registra las transacciones diarias para elaborar los estados financieros. En lo tributario realiza las declaraciones y pagos de impuestos y anexos que deben ser presentados al SRI, maneja la página de Historia Laboral, del instituto Ecuatoriana de Seguridad Social IESS y por ultimo elabora actas, oficios disposiciones y se encarga del correcto archivo de la documentación.

c) Nivel operativo

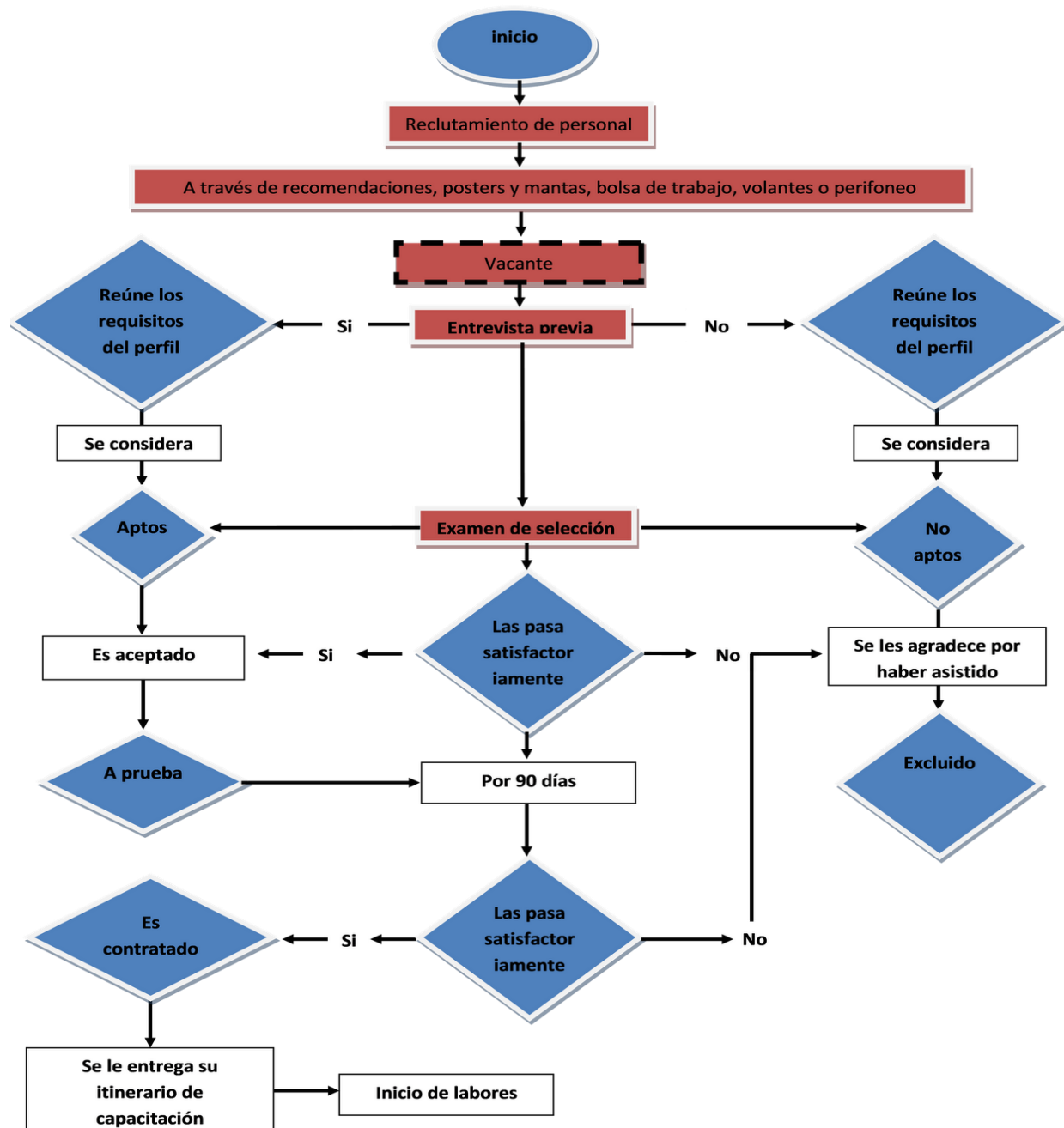
- **Producción.-** A este nivel le corresponde el área de producción compuesta de un supervisor de producción tres obreros encargados de la elaboración, etiquetado, control de calidad del producto que es mermelada de mashua y piña endulzada con stevia en envases de vidrio, además para evitar el deterioro de la maquinaria y equipo se les asigna la custodia y el mantenimiento, aseo de las instalaciones, pues ellos deberán presentar un informe diario, mensual y anual de los productos terminados.

A este nivel le compete realizar las metas operacionales de manera eficaz y eficiente. Este nivel debe disponer de una guía normativa de sus actividades, basada en planes operativos, en los que se establezcan las metas a alcanzar dentro de un ejercicio fiscal.

- **Ventas.-** En esta área labora un vendedor despachador, encargado de las ventas del producto que es la mermelada de mashua y piña endulzada con stevia al consumidor potencial mediante el vehículo adquirido por la microempresa los cuales vendrá en los centros naturistas, tiendas, abacerías

supermercados, también se encarga de abastecer de materia prima, insumos y materiales para la elaboración del producto, además realiza las ventas por internet, y la promoción y publicidad a los medios masivos de prensa y radio y la buena imagen institucional.

6.11 FLUJOGRAMA ADMINISTRATIVO PARA SELECCIÓN DE PERSONAL




NOTA: Elaborado Por: Las Autoras
Fuente: Internet recuperado de <https://2.bp.blogspot.com/flujoograma>

6.12 DESCRIPCION DE FUNCIONES

TABLA 74.

Detalle de Funciones por Cargo (Gerencia)

EMPRESA MERMELADAS "MASHUAMER"		
	Cargo:	GERENCIA
	Misión del Cargo:	Plantea, supervisa y controla permanentemente la implementación de políticas administrativas y financieras que garanticen el óptimo funcionamiento de la empresa
<p>Perfil:</p> <p>Título en administración de empresas, economía, ingeniería o Contabilidad</p> <p>Por lo menos cuatro años de experiencia en el cargo</p> <p>Conocimiento en manejo de alimentos perecibles</p> <p>Conocimiento en manejo de talento humano</p> <p>Competencias:</p> <p>Líder</p> <p>Capacidad de Análisis</p> <p>Capacidad de síntesis</p> <p>Proactivo</p> <p>Agilidad para la toma de decisiones</p> <p>Manejo de paquetes informáticos</p> <p>Se relaciona Internamente con:</p> <p>Jefe de Producción</p> <p>Contador General</p> <p>Operarios</p> <p>Vendedor - Despachador</p>	<p>Funciones:</p> <p>Responsable de la Organización, coordinación y dirección y desarrollo de los servicios Administrativos de la Empresa</p> <p>Formular el presupuesto anual con los recursos de la empresa, distribuyendo apropiadamente los ingresos y disminuyendo gastos de la misma.</p> <p>Coordinar la formulación de los planes de trabajo de las unidades que integran la empresa a su cargo</p> <p>Asumir el liderazgo para realizar reuniones periódicas con los jefes de área para evaluar los resultados de la gestión de la empresa</p> <p>Mantener la excelencia en la presentación de servicios y administración de los sistemas de gestión</p> <p>Efectuar evaluación del desempeño del personal de la empresa</p> <p>Velar por el cumplimiento de las disposiciones en materia de seguridad orientadas hacia la protección de instalaciones, carga y equipo</p> <p>Revisar y aprobar con su visto bueno, toda la documentación que emitan las áreas a su cargo</p> <p>Proveer un ambiente de trabajo estable a todos los trabajadores a su cargo que conduzca a la excelencia en cada una de las actividades que realizan</p> <p>Fomentar una política de calidad que promueva la transparencia de los procesos</p> <p>Realizar negociaciones con proveedores para términos de compra, descuentos especiales, formas de pago y créditos</p> <p>Negociación con clientes en temas relacionados con pagos y créditos especiales</p> <p>Realizar otras tareas afines al puesto</p>	
Elaborado Por :	Revisado Por:	Autorizado Por:

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos de fuentes secundarias

TABLA 75.

Detalle de Funciones por Cargo (Jefe de Producción)


	EMPRESA MERMELADAS "MASHUAMER"	
	Cargo:	JEFE DE PRODUCCIÓN
	Misión del Cargo:	Se encarga del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área de producción de la empresa tanto a nivel de producto como a nivel de gestión del personal obrero, con el objeto de cumplir con la producción prevista en tiempo y calidad del trabajo, mediante la eficiente administración del departamento a cargo
<p>Perfil:</p> <p>Ingeniero Industrial</p> <p>Conocimiento del recurso Humano</p> <p>Conocimiento de manejo de maquinaria</p> <p>Dos años de experiencia como mínimo</p> <p>Competencias:</p> <p>Líder</p> <p>Capacidad de Análisis</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo</p> <p>Proactivo</p> <p>Agilidad para la toma de decisiones</p> <p>Poder de Convocatoria</p> <p>Conocimiento en manejo de informes</p> <p>Manejo de paquetes informáticos</p> <p>Se relaciona Internamente con:</p> <p>Administrador Gerencial</p> <p>Contador General</p> <p>Operarios</p> <p>Vendedor - Despachador</p>	<p>Funciones:</p> <p>Orientar, Coordinar, dirigir y controlar las actividades del personal a su cargo conforme las normas y procedimientos vigentes</p> <p>Optimizar los procesos de trabajo dentro la planta de producción</p> <p>Balancear las operaciones en las líneas de producción</p> <p>Supervisar la ejecución de actividades de su departamento realizados por el equipo de trabajo</p> <p>Verificar los reportes que le sean entregados y analizarlos</p> <p>Presentar al Administrador Gerencial reportes de tiempos de producción, horas hábiles laboradas, permisos o ausentismos, que permitirán medir la realidad del rendimiento horas hombre</p> <p>Coordinar y revisar la elaboración, actualización y cumplimiento de los procedimientos básicos de operación y técnicas de fabricación</p> <p>Aprobar los procedimientos relacionados con las operaciones de fabricación, incluyendo los controles en proceso y asegurar su estricto cumplimiento</p> <p>Ejecuta y supervisa planes de seguridad industrial. Controla la higiene y limpieza de la fabrica</p> <p>Vela por la calidad de todos los productos fabricados</p> <p>Es responsable de las existencias de materia prima, material de empaque y productos en proceso durante el desempeño de sus funciones</p> <p>Establece controles de seguridad y determina parámetros de funcionamiento de equipos y procesos que garanticen la producción y mantengan la seguridad del empleado</p> <p>Mantener el buen funcionamiento de los equipos para satisfacer las necesidades de los clientes tanto internos como externos</p> <p>Control de stocks</p>	
Elaborado Por :	Revisado Por:	Autorizado Por:

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos de fuentes secundarias

TABLA 76.

Detalle de Funciones por Cargo (Contador)


EMPRESA MERMELADAS "MASHUAMER"	
	Cargo:
	CONTADOR
Misión del Cargo:	Registrar, actualizar y archivar los documentos contables de la empresa en forma exacta y oportuna. Conciliar los saldos de las cuentas que componen el balance y generar un balance analítico
<p>Perfil: Ingeniero en Contabilidad, CPA, calificado Manejo de sistemas informáticos contables Manejo de indicadores financieros Experiencia mínimo dos años en cargos similares Trabajo bajo presión Conocimiento en tributos, leyes de seguridad social y tributaria</p> <p>Competencias: Ético Capacidad de Análisis Capacidad de síntesis Proactivo Preparación de informes técnicos Manejo de paquetes informáticos Realizar cálculos numéricos con precisión y rapidez</p> <p>Se relaciona Internamente con: Jefe de Producción Administrador Gerencial Vendedor - Despachador</p>	<p>Funciones:</p> <p>Elabora y presenta al Gerente Administrativo informes contables cuando lo requiera</p> <p>Recibe, clasifica y examina todos los documentos debidamente enumerados que le sean asignados para el registro contable</p> <p>Prepara los estados financieros mensuales, anuales para su análisis y toma de decisiones</p> <p>Operar cualquier sistema de contabilidad utilizando la computadora en el proceso contable- financiero</p> <p>Asesorar en materia fiscal, contable y financiera al administrador - gerencial</p> <p>Elabora y presenta al Gerente Administrativo informes contables cuando lo requiera</p> <p>Contabiliza las nominas de pagos del personal de la Institución</p> <p>Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago entre otros</p> <p>Prepara proyecciones, cuadros, y análisis sobre los aspectos contables</p> <p>Emite cheques correspondientes a pagos de proveedores y servicios de personal</p> <p>Realiza declaraciones y pago de impuestos mensuales</p> <p>Realiza ingresos, salidas, pagos, registros y liquidaciones del personal de la empresa</p> <p>Realiza conciliaciones bancarias y manejo de las cuentas</p> <p>Lleva el control de cuentas por pagar y por cobrar de clientes y proveedores</p> <p>Cumple con las normas y políticas establecidas por la empresa</p> <p>Elabora informes periódicos de las actividades mensuales realizadas</p> <p>Analiza los diversos movimientos de los registros contables</p> <p>Elabora transferencias bancarias</p> <p>Realizar otras tareas afines al puesto</p>
Elaborado Por :	Revisado Por:
	Autorizado Por:

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos de fuentes secundarias

TABLA 77.

Detalle de Funciones por Cargo (Jefe de Comercialización)


	EMPRESA MERMELADAS "MASHUAMER"	
	Cargo:	JEFE DE COMERCIALIZACION
	Misión del Cargo:	Mantener el crecimiento constante de las ventas y lograr un alto nivel de servicio, mediante el conocimiento especializado de los productos que ofrece la empresa para orientar adecuadamente a los clientes en sus necesidades
<p>Perfil:</p> <p>Bachiller o cursando primeros años de administración de empresas, mercadotecnia o marketing Experiencia mínima dos años en cargos similares</p> <p>Sexo: indistinto Disponibilidad de horarios Excelente atención al cliente</p> <p>Competencias:</p> <p>Dinámica Proactiva Cumplimiento de presupuestos asignados Manejo básico de paquetes informáticos Vocación de servicio Carisma</p> <p>Se relaciona Internamente con:</p> <p>Jefe de Producción Contador General Operarios Administrador Gerencial</p>	<p>Funciones:</p> <p>Cumplir con el presupuesto mensual asignado</p> <p>Receptar y reportar las novedades encontradas en la fabricación y servicio de los productos de la empresa en las reuniones mantenidas con su jefe inmediato</p> <p>Flexibilidad para atender situaciones especiales fuera de horario normal o del lugar habitual de trabajo</p> <p>Monitoreo y control de clientes, prospectos y proyectos</p> <p>Facturación, entrega de productos y cobranza</p> <p>Realizar el inventario físico de la mercadería</p> <p>Llevar a cabo el control de entradas y salidas de la mercadería y verificar que la documentación cuente con los requisitos establecidos por la empresa</p> <p>Supervisar el uso y mantenimiento de las unidades de transporte asignadas por la empresa</p> <p>Realizar informes mensuales sobre las ventas, desperdicios y pérdidas de mercadería</p> <p>Reportar al área contable la documentación correspondiente a ventas e ingresos de mercadería</p> <p>Realizar otras tareas afines al puesto</p>	
Elaborado Por :	Revisado Por:	Autorizado Por:

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos de fuentes secundarias

TABLA 78.

Detalle de Funciones por Cargo (Operario)

	EMPRESA MERMELADAS "MASHUAMER"	
	Cargo:	OPERARIO
	Misión del Cargo:	Realizar las actividades encomendadas por su jefe inmediato, en el área que corresponda tomando en cuenta las normas de seguridad de la empresa, con eficiencia y eficacia
Perfil: Estudiante universitario No requiere experiencia Buena Precencia Experiencia en manejo de alimentos De preferencia que viva cerca de la zona Disponibilidad para trabajar en horarios rotativos Competencias: Dinámico Capacidad para trabajar bajo presion Trabajo en equipo Proactivo Responsable Puntual y servicial Se relaciona Internamente con: Jefe de Producción Contador General Administrador Gerencial Vendedor - Despachador	Funciones: Apoyar en el mantenimiento de todas las áreas de la empresa, fabrica y áreas verdes Inspeccion y limpieza de áreas comunes Recepcion y verificación de la mercancia que ingresa a la empresa Manejo y mantenimiento de la maquinaria que posee la empresa y que se encuentra a su cargo Aplicar las normas de sanidad para el uso y manipulación de los productos alimenticios que se procesan dentro de la fábrica Entrega de insumos de acuerdo con las ordenes de solicitud Movilizacion de mobiliarios, equipos, insumos entre otros Procesamiento de materias primas de acuerdo con el área a la que corresponda Manejo de productos terminados Actividades relacionadas con los procesos productivos Reportar actos inseguros, condiciones inseguras, incidentes y emergencias presentadas Ayudar a optimizar los procesos de trabajo dentro de la planta de producción Realizar otras tareas afines al puesto	
Elaborado Por :	Revisado Por:	Autorizado Por:

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Datos obtenidos de fuentes secundarias

6.12 Normativa de la Empresa

TABLA 79.

Obligaciones Jurídicas

Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud Empleados	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: Ediciones Legales (2013) recuperado de: file:///C:/Users/dv5/Downloads/Ley_de_compañías.pdf:///. Ley de Compañías

TABLA 80.

Obligaciones Tributarias

Declaración Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Anexo Imp. Renta (Rel. Dependencia)	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Jurídicas
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Jul / Sep.	P. Naturales y Jurídicas
Retenciones en la Fuente - Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto al Valor Agregado - IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Transaccionales (IVA /ICE /IR)	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: SRI (2016) recuperado de <http://www.sri.gob.ec/de/136>. Obligaciones Tributarias

TABLA 81

Obligaciones Patronales

Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 14to. Sueldo	Ministerio Relaciones Laborales	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Décimo Tercero Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 13er. Sueldo	Ministerio de Relaciones Laborales	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Fondos de Reserva	IESS y empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Pagar 15% utilidades a empleados	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras

Fuente: IESS (2016) recuperado de: <https://www.iesg.gob.ec/es/web/empleador/obligaciones>. Obligaciones Patronales

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Análisis de impactos

Para el proyecto Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora en ciudad de Ibarra se ha programado aplicar una tabla de valoración de los impactos, siendo la siguiente:

TABLA 82.
Cuadro Evaluativo de Nivel de Impacto

CALIFICACION	NIVELES DE IMPACTO
-3	Negativo Alto
-2	Negativo Medio
-1	Negativo Bajo
0	No hay Impacto
1	Positivo Bajo
2	Positivo Medio
3	Positivo Alto

NOTA: Elaborado Por: Las Autoras
Fuente: Datos obtenidos de fuentes secundarias

Los impactos que sobresalen y están sujetos de análisis son: social, empresarial, Económico, salud y ambiental La matriz está compuesta por su indicador con su respectiva valoración dependiendo de su nivel, luego se realiza la siguiente operación para obtener el resultado del nivel de impacto.

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}}$$

7.2 Impacto Social

Decisiones democráticas de empleados y trabajadores.- Las decisiones las tomarán las autoridades previas un conversatorio con todo el talento humano de la empresa, se realizará un análisis de las mejores alternativas y estrategias para el desarrollo institucional y se pondrá en práctica la de mayor consenso.

Atención personalizada a clientes potenciales.- Se realizará una atención personalizada a todos los clientes potenciales, pues la distribución se realizará a domicilio en el vehículo adquirido para este fin, previo pedido para lo cual el vendedor pasará por el domicilio llenando el formulario.

Socialización del producto a través redes sociales.- Se considera actualmente que las redes sociales es una buena alternativa para promocionar el producto y no cuesta.

Trabajo en Equipo de todas las áreas.- Dentro del desarrollo organizacional es indispensable el trabajo en equipo de todas las áreas, pues del talento humano organizado depende el cumplimiento de las metas y el aumento de la cobertura del producto.

TABLA 83.
Impacto Social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Decisiones democráticas de empleados y trabajadores						x		2
Atención personalizada a clientes potenciales							x	3
Socialización del producto a través redes sociales						x		2
Trabajo en Equipo de todas las áreas						x		2
TOTAL								9

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Elaboración Propia

$$\frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{9}{4} = 2.25 \quad \text{Medio positivo} \quad \boxed{=2}$$

7.2.2. Impacto económico

Fuentes de trabajo nuevas.- Existe la posibilidad de crear ocho nuevas fuentes de empleo, pues es positivo porque tras de cada empleado o trabajador existe una familia que requieren del sustento y del desarrollo económico, disminuyendo el desempleo.

Precio asequible a todos los extractos sociales.- El precio del producto es bajo y pese al sabor y al valor nutritivo que tiene el chocolate puede ser adquirido por toda la población.

Distribución directa sin intermediarios.- Para no encarecer el precio del producto se distribuirá directamente a los consumidores potenciales que son tiendas, abacerías, supermercados sin intermediarios.

Clientes satisfechos por el nuevo producto.- El nuevo producto crea una expectativa por su sabor natural, valor nutritivo, bajo precio y por ser una golosina que gustará principalmente a los niños.

TABLA 84.
Impacto Económico

INDICADORES	-							Σ
	-3	2	-1	0	1	2	3	
Fuentes de trabajo Nuevas					x			1
Precio asequible a todos los extractos sociales							x	3
Distribución directa sin intermediarios							x	3
Clientes satisfechos por nuevo producto						x		2
TOTAL								9

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Elaboración Propia

$$\frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{9}{4} = 2.25 \quad \text{Medio positivo} \quad \boxed{=2}$$

7.2.3. Impacto Ambiental

Cuidado del agua potable.- Se cuidará el agua con los mantenimientos de las instalaciones y utilizado exclusivamente en lo que sea necesario.

Clasificación de desechos Orgánicos.- Los desechos orgánicos que resulta del proceso productivo podrán ser reutilizados en la misma producción o en abonos.

Reciclaje de desechos sólidos.- Se clasificarán los desechos sólidos como papel, cartón, plástico con la finalidad de contribuir con el ambiente.

Control de Ruido.- Por estar la empresa en un sitio comercial es difícil mitigar externamente, pero interiormente se pretende controlar mediante el mantenimiento de los equipos.

TABLA 85.
Impacto Ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Cuidado del agua potable		X						-2
Clasificación de desechos Orgánicos	X							-3
Reciclaje de desechos sólidos		X						-2
Control del Ruido		X						-2
TOTAL								-9

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Elaboración Propia

$$\frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{-9}{4} = -2.25 \quad \text{Medio negativo} \quad \boxed{= -2}$$

7.2.4. Impacto General

No existen impactos negativos que puedan poner en marcha el proyecto por lo tanto es positivo.

TABLA 86.
Impacto General

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
IMPACTO SOCIAL						x		2
IMPACTO ECONOMICO						x		2
IMPACTO AMBIENTAL							x	3
TOTAL								7

NOTA: Elaborado Por : Las Autoras
Fuente: Elaboración Propia

$$\frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{7}{3} = 2.33 \quad \text{Alto positivo} \quad \boxed{=2}$$

CONCLUSIONES

- En la ciudad aún se sigue manteniendo las culturas tradicionales, en donde se sigue manteniendo los cultivos de plantas nativas de nuestra tierra como la (mashua) los mismos que brindan abundantes beneficios para nuestra sociedad y que por falta de conocimiento no se puede explotar este producto como debería realizarse. De acuerdo a las encuestas realizadas a los consumidores, se pudo determinar la demanda de nuestro producto que al menos el 59,32% de los encuestados consumen de una a dos unidades de mermelada mensual.
- El diagnóstico situacional permitió identificar las condiciones agro-económicas óptimas para la implementación de la empresa de producción y comercialización de mermelada de mashua y piña endulzada con stevia.
- Las bases teóricas desarrolladas, permitió obtener mayor conocimiento previo, para la ejecución y continuación del proceso de investigación; sustentando científicamente cada una de las fases del proyecto realizado.
- El estudio de mercado permitió determinar la oferta, la demanda, el precio, estrategias publicitarias mismas que permitieron delimitar nuestro mercado potencial, al cual se pretende llegar con la creación del producto planteado, mermelada de mashua y piña endulzado con stevia.
- Del estudio técnico realizado se desprende que existen las condiciones físicas, climáticas, tecnológicas, recursos materiales y económicos, talento humano y experiencia productiva; para lograr un eficiente funcionamiento del proyecto.
- En base a la evaluación financiera del proyecto, se concluye que potencialmente es factible, debido a que presenta un VAN positivo de \$ 15461.32 y una TIR del 20.72 % mayor que el TRM (15.43%), lo que garantiza que el proyecto está en capacidad de generar rentabilidad, con un tiempo de recuperación aproximadamente de 4 años y tres meses y la relación beneficio costo es de 1,19 USD, lo que justifica la inversión.

- Del análisis de impactos del Proyecto, se determina que éste beneficiará directamente a los productores de mashua, piña y stevia, trabajadores, consumidor intermediario y consumidor final. Además en el impacto ambiental se harán manejos de mitigación es decir que se tratará de que los impactos no sean tan altos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a productores y agricultores que el proceso de cultivo de mashua sea realizado de forma orgánica, libre de químicos y preservantes que puedan afectar a la salud de la población.
- De acuerdo a los resultados del estudio, es necesario crear una empresa de hecho que cumpla con los requisitos legales exigidos por los organismos de control, que permitirán tener en regla los pagos y desembolsos económicos por motivo de pagos como; permisos de funcionamiento, patentes, registros sanitarios entre otros, que son exigidos para el funcionamiento de la empresa.
- Investigar a fondo el tema propuesto, para ampliar la teoría y dotarle a la microempresa de información adecuada y oportuna sobre nuevas tecnologías que permitan a la empresa ser más competitiva a nivel comercial.
- Incursionar en el cultivo de la mashua utilizando procesos para los cultivos orgánicos, desarrollo de productos naturales que no contengan ningún tipo de químicos y de mayor valor comercial, el mismo que tenga una buena acogida y una ampliación del mercado; para que se pueda mejorar los márgenes de rentabilidad del proyecto.
- Para el éxito del proyecto, se debe recurrir al uso de las Instituciones financieras con la finalidad de invertir en maquinaria actualizada que permita obtener mayor rentabilidad en los procesos productivos a través de la elaboración de productos de calidad.
- Mitigar al máximo los impactos negativos, para de esta manera mejorarlos y reforzar la estructura organizativa de la microempresa

BIBLIOGRAFÍA

- Fernández, S.E (2010). Administración de Empresas. Área Universitaria
- García, C. (2010). Almacén, Planeación, Organización Control. Eco Ediciones.
- Lexus. (2010). Manual de Contabilidad. Barcelona-España: Lexus Editores.
- Martínez Ángela, M.F. (2011). Contabilidad General. Bogotá: Eco Ediciones.
- Meza Jhony, O. (2010). Evaluación financiera de Proyectos. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Orozco Johnny, D.J. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogotá- Colombia: Eco Ediciones
- Rojas, A, S. (2010). Administración de pequeñas Empresas. Colombia.
- Baca, G (2010). Evaluación de proyectos. Mc. Graw Hill.
- Sánchez, C. P (2011). Contabilidad General. Bogotá – Colombia: Mc Graw Hill- Interamericana.
- Sánchez, P.Z (2011). Contabilidad General. Colombia: Mc. Graw Hill
- Castro, A. O (2010). Proyectos de Inversión. México. Primera Edición
- Rojas, C. R. (2011) Presupuesto Empresarial. Colombia: Eco Ediciones
- Murcia, J. (2010) Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación. México Grupo Alfa Omega.
- Sarmiento, R. (2010). Contabilidad de Costos. Quito- Ecuador: Impresos Andinos S. A.
- Urbina, G. B. (2010). Evaluación de Proyectos. México. Mc Graw Hill, Interamericana Editoriales S.A.
- Valdivieso, M. B. (2011). Contabilidad General. Quito – Ecuador. Escobar Impresiones
- Durán, F. (2010). Características de la mermelada. D.R, Felipe, La Biblia de las Recetas Industriales para habla Ispana.

Cabrero, J...D (2012). Quien se ha llevado a mi cliente. Mc Graw Hill Interamericana de España S.L.

Castillo, P (2010). Agenda Contable Laboral. Quito

Munuera, A.J.L & Rodríguez E. A.I. (2012). Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de Dirección. Madrid – España, Esic Ediciones.

Córdoba, P. M (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. México, Eco Ediciones.

Griffin, R.W & Treviño R.M.E (2011) Administración. México, D.F. Cengage Learning. Editores

Masse, P. (2010). La elección de las inversiones, criterios y métodos. Barcelona-España, Azteca 2da. Edición.

Jarrín, E. (2010). Módulo de Contabilidad y Tesorería, para el Bachillerato Técnico. Cayambe- Ecuador.

Kloter, P (2010). El marketing según Kloter. EE.UU. Páidos Ibérica.

Mac Clure, O. (2010). Las Microempresas: Una Solución a los problemas de empleo. Chile. Ediciones Sur.

Zapata, P. (2011). Contabilidad General. México: Mc Graw Hill.

Padilla, M.C (2011). Formulación y Evaluación de proyectos. Bogotá- Segunda Edición D.C

Publicaciones Vértice. (2011). Dirección Comercial. Madrid- Málaga España. Editorial Vértice.

Campoy, M.D. (2010). Cómo gestionar y planificar un proyecto en la empresa. Técnicas y Métodos para el éxito de un Proyecto empresarial. Ediciones de la U.

Toro López, F.J (2010). Costos ABC y Presupuestos: Herramientas para la productividad. Bogotá: Eco Ediciones.

Parkin, M. (2010). Fundamentos de Teoría Económica. Madrid- España. Pearson Educación.

J. Barfield, C. Raiborn & M. Kinney, Thomson (2011). Contabilidad de Costos Tradiciones e Innovaciones, 5a edición.

R. Polimeni, F. Fabozzi & A. Adelberg (2009). CONTABILIDAD DE COSTOS Conceptos y Aplicaciones para la Toma de Decisiones Gerenciales, 3a edición, de, McGraw-Hill,

Colín Juan García Contabilidad de Costos (2009), 2a edición, de, McGraw-Hill

Padilla Noel (2010). Temas de Estudio Seleccionados del texto de Contabilidad Administrativa, de, UMSA.

Funes Orellana Juan (2011).Contabilidad de Costos, de, editorial Educación y Cultura,

Mokate Karen (2009). Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Primera edición

LINCOGRAFÍA

<http://www.20minutos.> (15 de 10 de 2012).

<http://www.20minutos.es/noticia/2224377/0/pina/beneficios/salud/>.

Recuperado el 05 de 12 de 2015

<http://www.gestiopolis.com.> (11 de 04 de 2011). <http://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>. Recuperado el 15 de 12 de 2015

<http://www.jorgevaleranatura.com.> (2012).

http://www.jorgevaleranatura.com/plantas_medicinales_curativas/m/usos_propiedades.php?naturales=mashua-anu-isano. Recuperado el 15 de 12 de 2015

<http://www.stevia-asociacion.com/>. (15 de 11 de 2015). <http://www.stevia-asociacion.com/>. Recuperado el 2015 de 12 de 15

<http://www.vantir.com/>. (15 de 10 de 2015). <http://www.vantir.com/>. Recuperado el 16 de 12 de 2015

<http://www.> <http://www.sri.gob.ec/de/327definicion> de PYMES

<http://www.mis-recetas.org/pages/Alimentos/pina.htm./beneficios> de la Piña

<http://manuelgross.bligoo.com/content/viw/801220/conceptos-sobre-la-estructura-Organizacional-html>

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/ams/19.htmspanish.pdf/> Evaluación de impactos en proyectos de inversión.

<http://www.eumed.net/eve/resum/07-enero/alb.htm/> Las Pymes y su espacio en la economía latinoamericana Recuperado el 15 de 12 del 2015

Plenec Emilce María José (2005, 17 junio). Tipos de clientes, Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/tipos-de-clientes/>

Martínez Illescas Sandra Paola. (2013, 26 de agosto). Distribución de las instalaciones y capacidad productiva en la empresa. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/distribución-de-las-instalaciones-y-capacidad-productiva-en-la-empresa/>

Admin. (2009). Rescate de la mashua por Indígenas en el Ecuador. Recuperado de <http://organicsa.net/rescate-de-la-mashua-por-indigenas-en-ecuador.html>

Revista la Opinión (2015). 6 Frutas que hidratan tu cuerpo. Recuperado <http://www.laopinion.com/2015/07/20/6-frutas-que-hidratan-a-tu-cuerpo>

ANEXOS

ANEXO 1

FICHA DE OBSERVACION

LOCALIDAD:	IBARRA			VISISTA A LA ZONA :	FICHA NRO:
				CARANQUI- LA ESPERANZA	1
COMARCA:	SAN CLEMENTE	FECHA:	19-dic-15	HORA INICIO:	HORA FINAL:
OBSERVADORES:	PATRICIA GODOY Y JHOANA SALAS			8:30 AM	10:30 AM
OBJETO OBSERVADO :	CULTIVO DE MASHUA				
CLIMATOLOGIA:	FRIO HUMEDO				
IMPRESIÓN GENERAL:	CULTIVO Y COCECHA DE FORMA TRADICIONAL PARA EL CONSUMO DE LA COMUNIDAD				
ESPECIE OBSERVADA	NRO.	OBSERVACIONES COMPLEMENTARIAS			HORA
Cultivo de Mashua	1	Cultivan esta planta una vez al año			8:30
	2	Cultivan mashua amarilla, blanca y negra (esta última tiene un mejor sabor por ser mas dulce)			
	3	Son plantas pequeñas con hojas parecidas a un trébol			
	4	Es una de las especies de la oca existen aproximadamente entre 50 variedades			
	5	Se los cultiva entre los 3000 y 4000 metros de altura			
	6	Para el cultivo primero se aran las tierras, se pone el abono, se utiliza como semilla el tubérculo que tienen brotes o raíces y luego se rastra es decir se cubre con otra capa de tierra			
	7	En esta comunidad cultivan la mashua junto con las papas y su cosecha la realizan al mismo tiempo			
	8	Para incrementar el tamaño del tubérculo a los cuatro meses se rellena de tierra en los pequeños árboles			
	9	Las condiciones de la tierra no requieren tratamiento especial			
	10	Según creencias de la comunidad no se debería cultivar en luna llena ni luna tierna por que aparece en el cultivo una especie de lancha que daña la planta de mashua			
	11	La mashua cuando es recién cosechada es amarga por lo que dejan de 3 a 4 días al sol para que se endulce			
	12	Ha disminuido en estos últimos años el cultiv de la mashua debido al consumo de papa			
	13	se esta perdiendo tambien el cultivo por que se va perdiendo la tradicion y el desconocimiento de sus bondades es mayor			
	14	Los jovenes de hoy en día ya no quieren arar tierras por que se ensucian y solo quieren que les paguen			

ELABORADO: LAS AUTORAS

FUENTE: Investigacion directa

ANEXO 2



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

NOMBRES Y APELLIDOS : Ing. Luis Rivadeneira
PROFESIÓN/OCUPACIÓN : Técnico del MAGAP- Imbabura

ENTREVISTA DIRIGIDA

1. ¿Cree que existan dificultades encontrar la materia prima como es la Mashua y la stevia?

No actualmente existe la Asociación de Productores Agropecuarios y Plantas Medicinales "JAMBI GIHUA", de Angochagua y otras pre asociaciones al cual la Dirección Provincial del Ministerio de Agricultura Acuacultura y Pesca da asesoramiento técnico, estas organizaciones como JAMBI GIHUA integran a cientos familias beneficiarias de las diferentes comunidades de la Parroquia donde producen materia prima no solo para empresas de Imbabura sino de otras provincias, se puede realizar un convenio con la asociación para que les provea la Mashua y la stevia venden ya procesada en las tiendas naturistas. En lo referente a la piña existe bastante en el mercado pues viene de Santo Domingo de los Colorados, Iita, valle de Chota y también de Intag por ser zonas cálidas.

2. ¿Cree que la parroquia de Caranqui sea el lugar más óptimo para la creación de la planta procesadora de mermelada?

Yo considero que sí, pues el movimiento comercial que tiene es excelente y además está más cerca de Angochagua donde puede proveerse de materia prima a la Asociación, y cercano al mercado Amazonas.

3. ¿Usted cree que tendremos ayuda gubernamental para el emprendimiento de esta empresa?

Conozco que el Banco Nacional de Fomento está concediendo préstamos para la pequeña industria y para estos emprendimientos concede préstamos al más bajo interés, por nuestra parte tendrían todo el asesoramiento técnico, pues la agroindustria es parte de la agricultura; también sé que el Ministerio de Industrias concede incentivos económicos para poner en marcha el proyecto.⁴

4.- ¿Dónde conseguiremos materia prima?

En los mercados mayorista y minoristas se consigue la mashua y la piña, son productos que poco a poco se han convertido en mayormente consumidos por la población imbabureña debido a las bondades y beneficios que estos presentan.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

NOMBRES Y APELLIDOS : Sr. Geovanny Eduardo Ortega Salas
PROFESIÓN/OCUPACIÓN : Cajero de la Cadena de Supermercados Tía

ENTREVISTA DIRIGIDA

1. ¿Los clientes adquieren las compras con qué frecuencia?

Los productos que no son perecibles como conservas, granos enlatados la mayoría lo realiza mensualmente y otros clientes semanalmente en lo que tiene que ver con verduras, hortalizas y frutas.

2. ¿Conceden créditos algunas instituciones?

Mediante tarjetas de crédito a instituciones privadas y gubernamentales.

3. ¿En lo que se refiere a conservas, las mermeladas tienen salida?

Por lo regular son golosinas preferidas de los niños y adultos, aunque no se le considera un producto de primera necesidad.

4. ¿Cuántos frascos de mermelada llevan mensualmente una familia promedio?

Unos no llevan otros dos frascos y algunos un frasco, considero que mensualmente, para cada familia lleva un frasco promedio.

5. ¿Cuáles son las marcas más conocidas y vendidas

Snob, Guayas, Gustadina, Facundo que es la que más se vende.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA DIRIGIDA POBLADORES DE LA CIUDAD DE IBARRA

OBJETIVO: MEDIR EL GRADO DE ACEPTACIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA, PARA EL ESTUDIO DE LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE MERMELEDA DE MASHUA CON PIÑA ENDULAZADA CON STEVIA.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente y conteste con claridad y precisión ya que la información que usted nos brinde será muy valiosa para el proyecto de investigación a realizar.

POR FAVOR MARQUE SE RESPUESTA CON UNA X

Datos informativos:

SEXO:	F ()		M ()		
ESTADO CIVIL	Soltero ()	Casado ()	Divorciado ()	Unión libre ()	Viudo ()
EDAD:	Menos de 18 años ()	18-30 ()	31-40 ()	Más de 40 años ()	

1. ¿Cuál es la actividad económica que realiza actualmente?

Empleado Público ()	Comerciante ()	Empleado Privado ()	Estudiante ()	Ama de casa ()	Ninguno ()
----------------------	-----------------	----------------------	----------------	-----------------	-------------

Otro Especifique: _____

2. ¿Conoce usted que bondades y beneficios brinda el consumo de la mashua y piña para el organismo humano?

SI () NO ()

3. ¿Estaría Ud. de acuerdo con la creación de una planta procesadora de mermelada de mashua y piña endulzada con stevia, en la Ciudad de Ibarra?

SI () NO ()

4. ¿Cuál consideraría usted el sector apropiado para la ubicación de la planta?

Sagrario ()	San francisco ()	Caranqui ()
--------------	-------------------	--------------

Otro Especifique: -----

5. ¿Qué marca de mermelada consume?

Firma.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 5

REGLAMENTO INTERNO EMPRESA “MASHUAMER”

Para establecer una normativa clara y precisa que debe ser cumplida por el personal administrativo de ventas y de producción de la micro empresa de mermeladas “Piña sana”, y con el objeto de guiar las tÁREAs básicas del negocio y cumpliendo las disposiciones contenidas en el Código de Trabajo se procede a reglamentar:

CAPÍTULO I

CONCEPTOS BÁSICOS

Administrador Gerencial

Es la persona responsable del buen o mal funcionamiento de la microempresa, así como también de todos sus recursos, humanos, materiales y económicos de la factoría.

Contador(a)

Es el (la) empleado encargado de los ingresos y egresos de efectivo, así como de los pagos y cobros; realizar el presupuesto y llevar la contabilidad en coordinación con el administrador.

Vendedor Despachador

Encargado de las ventas y distribución de los productos así como la compra de materia prima e insumos de la publicidad y de la buena imagen institucional.

Jefe de Producción

Es la persona responsable de la supervisión, coordinación y control de calidad de la elaboración de mermelada de Mashua y Piña endulzada con stevia.

Obrero

Encargado de elaboración de los productos, además de la custodia, y mantenimiento de las instalaciones.

CAPÍTULO II

SELECCIÓN DEL PERSONAL

Art. 1. Reclutamiento.- El reclutamiento se lo realizará previa publicación en los principales diarios de la localidad con los requisitos solicitados de acuerdo a los puestos requeridos, estudios realizados, experiencia laboral y predisposición a trabajar, pues siempre constará el perfil y la competencia.

Art. 2. Selección.- De las carpetas de las personas reclutadas se escogerán las que cumplan con todos los requisitos, y posteriormente se realizaran las entrevistas y pruebas de conocimiento por el administrador quien escogerá a la persona más idónea para el puesto.

Art. 3. Requisitos.- Los requisitos previa la elaboración del contrato son:

- 1.- Llenar formulario con datos personales.
- 2.- Copias de cédula y papeleta de votación actualizados.
3. Libreta o cuenta Bancaria
- 4.- Pasado judicial.
- 5.- Dos certificados de honorabilidad.
- 6.- Certificado de estudios o título obtenido.
- 7- Certificado de Salud.
- 8.- Certificado de trabajo del último patrono.
- 9.- Dos fotos tamaño carnet.

Nota.- Los extranjeros deberán presentar copias de pasaporte y visa o carnet de refugiado.

Art. 4. El área financiera, deberá contar con un expediente por cada trabajador o empleado donde conste toda la documentación incluido el contrato de trabajo

legalizado por el Ministerio de trabajo, aviso de entrada IESS, sueldo, vacaciones, fecha de ingreso, familiares entre otros.

Art. 5. El primer día de trabajo se le entregará el reglamento interno y sus prendas de protección.

CAPÍTULO III

CONTRATO DE TRABAJO

SECCION I: GENERALIDADES

Art. 6. Requisitos

- Ser mayor de 18 años.
- Someterse a exámenes médicos requeridos por el Administrador Gerencial.
- Todo trabajador firmará un contrato de trabajo, abalizado por el Ministerio de Relaciones Laborales, y sus salarios estarán de acuerdo a la remuneración básica decretada por el Gobierno o a las comisiones sectoriales.
- El modelo de contrato estará en concordancia con el regulado por el Ministerio de Relaciones Laborales.

Art. 7. Terminación de Contrato

De acuerdo al Art. 169 del Código de Trabajo los causales serán:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato.
- b) Por acuerdo de las partes;
- c) Por la conclusión de la obra, período de labor o servicios objeto del contrato;
- d) Por muerte o incapacidad del empleador o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la empresa o negocio;
- e) Por muerte del trabajador o incapacidad permanente y total para el trabajo;
- f) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto, tempestad, explosión, plagas del campo, guerra y, en general,

cualquier otro acontecimiento extraordinario que los contratantes no pudieron prever o que previsto, no lo pudieron evitar;

- g) Por voluntad del empleador en los casos del artículo 172 de este Código;
- h) Por voluntad del trabajador según el artículo 173 de este Código; y,
- i) Por desahucio e indemnización.

SECCIÓN II: JORNADA DE TRABAJO

Art. 8. La jornada de trabajo será de 8 horas diarias, 40 horas semanales, las horas extraordinarias y complementarias, se pagarán de acuerdo a la Ley. En casos especiales de media jornada será de 4 hora diarias, 20 horas semanales, y media remuneración.

Art. 9.- El horario normal de trabajo será desde 08h00 a 17h00 con una hora de receso, y para el horario de medio tiempo será desde las 10h30 a 15h00, incluida media hora de receso.

Art. 10.- Todos los trabajadores deberán estar con 5 minutos de anticipación en el lugar de trabajo para uniformarse o prendas de protección, caso contrario serán descontados de sus haberes el tiempo de atraso. Y en caso de reincidir en tres ocasiones en el mismo mes se les descotara el doble.

Art. 11.- Ningún trabajador podrá ausentarse de su lugar de trabajo, salvo casos por calamidad doméstica o enfermedad debidamente justificada, con autorización del administrador gerencial.

Art. 12.- Todo permiso será autorizado por el Administrador Gerencial, caso contrario la ausencia injustificada se le tomará en cuenta como falta y se procederá a sancionar de acuerdo al Código de Trabajo.

Art. 13.- Los permisos remunerados se concederán por enfermedad o calamidad doméstica.

Art. 14.- Los permisos particulares si remuneración serán concedidos hasta por cinco días laborables y serán descontados de sus vacaciones anuales y no superarán los 15 días anuales.

SECCIÓN III: ATRASOS Y AUSENCIAS AL TRABAJO

Art. 15.- Atrasos.- Los atrasos están en concordancia el artículo Nro. 63 del Código de Trabajo, en la que habrá tolerancia de 10 minutos por semana, en caso de reincidencia tendrá una multa económica del tiempo de atraso validado con el sueldo que percibe. En caso de reincidencia se le duplica la multa.

Art. 16.- Ausencias.- Toda ausencia por enfermedad será justificada en 24 horas laborables, caso contrario la gerencia investigará de acuerdo a la facultad que le da el artículo 178 de Código de Trabajo. Toda falta o ausencia por casos fortuitos será justificada por el Administrador Gerencial, previo diálogo con el trabajador.

Art. 17.- Circunstancias para justificar la falta.- Se considerarán:

- a) Enfermedad debidamente comprobada con certificado médico conferido por el IESS, médico particular u otra Institución pública.
- b) Por calamidad domestica hasta por 3 días por accidente o muerte de un familiar hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo grado de afinidad, debidamente comprobado.
- c) Necesidad de presentarse ante un Juez o una autoridad, para atender asuntos judiciales, debidamente comprobados.
- d) Los previstos en el Código de Trabajo.

SECCIÓN IV: REMUNERACIONES

Art. 18.- Los salarios unificados, estarán de acuerdo al salario decretado por el Gobierno Nacional y las Comisiones Sectoriales emitidas anualmente por el Ministerio de Relaciones Laborales. Los incentivos se darán de acuerdo a la satisfacción de cliente y aumento de ventas del producto.

Art. 19.- Los salarios serán cancelados mensualmente, máximo en los primeros cinco días de cada mes depositados en cada uno de las cuentas bancarias.

Art. 20.- El trabajador que no estuviera de acuerdo con la liquidación de su sueldo o salario, deberá presentar un reclamo dentro de los 7 días siguientes, pasado este plazo se entenderá como aceptada por el trabajador. Si se reconociera que fue falla de la empresa se procederá a rectificar inmediatamente, para satisfacción del trabajador.

SECCIÓN V: VACACIONES

Art. 21.- Todos los trabajadores gozarán de su derecho a vacaciones anuales pagadas, a partir del año de trabajo cumplido, las mismas no podrán ser compensadas en dinero, según lo dispuesto en el Art. 72 del Código de Trabajo.

Art. 22.- Las vacaciones son derechos irrenunciables para los trabajadores, por lo tanto se realizará una programación anual para que no se perjudique a la empresa ni al trabajador de acuerdo al artículo Nro. 73 del Código de trabajo.

Art. 23.- La empresa de mermeladas “Piña Saludable” se reserva la facultad de negar las vacaciones anuales a cualquier trabajador de conformidad con el Art. 74 del Código de Trabajo. De la misma manera el trabajador podrá acumular sus vacaciones según lo dispuesto en el Art. 75 del mismo Código.

CAPÍTULO IV

ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

Art. 24.- La organización del trabajo, su administración, producción y demás actividades son responsabilidad de la empresa “Piña Saludable”.

SECCIÓN I: OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Art. 25.- Ejecutar el trabajo de calidad de producción en los términos establecidos en el contrato, con cuidado y esmero apropiados, en el lugar, forma y tiempo convenidos.

Art. 26.- Tiene la responsabilidad de restituir al empleador los materiales que se le hayan roto o que no esté usando y conservar en buen estado los la maquinaria, equipo e implementos en su trabajo. El uso personal de los mismos se considerará como falta grave.

Art. 27.- Los trabajadores están obligados a informar inmediatamente cuando la maquinaria, equipos, herramientas u otros elementos no funcionen o tengan algún desperfecto a su jefe inmediato, caso contrario será considerado como negligencia y falta grave.

Art. 28.- Es obligación de todos los trabajadores acatar una orden y respetar a sus superiores, sin dar lugar al quebrantamiento de la disciplina.

Art. 29.- Es obligación de todo el Talento Humano observar estrictamente los horarios de entrada y salida del lugar de trabajo.

Art. 30.- Los trabajadores que tuvieren a su cargo dinero o bienes de la empresa como: contador, supervisor, vendedor, obreros serán responsables de todo faltante, pérdida o deterioro de los bienes o fondos bajo su custodia y responsabilidad. La Empresa se reserva el derecho de acudir a las acciones civiles o penales para obtener el pago de las indemnizaciones correspondientes.

Art. 31.- Cualquier trabajador o empleado que notare alguna anomalía tiene el deber de comunicar inmediatamente el particular al personal competente.

Art. 32.- Durante su permanencia en la factoría, usar la ropa de trabajo e implementos de seguridad proporcionados por el empleador y mantenerlos aseados.

Art. 33.- Sujetarse a las medidas de prevención de riesgos de trabajo que establece el Reglamento de Seguridad e Higiene de trabajo.

Art. 34.- Todos los trabajadores de la Empresa Mermeladas Piña Saludable deberán presentar los documentos personales que la Administración Gerencia requiera tanto para fines legales como para el archivo individual de cada trabajador.

ECCIÓN II: PROHIBICIONES A LOS TRABAJADORES

Art. 35.- Las prohibiciones contenidas en este literal, tienen por objeto velar por el orden y la disciplina interna, aplicables a todos los trabajadores y empleados a las establecidas en el Art. 46 del Código de Trabajo y las demás determinadas por la Ley.

- a) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez, o ingerir bebidas alcohólicas o sustancias estupefacientes durante la jornada de trabajo.
- b) Tomarse prestado o disponerse en forma arbitraria útiles de trabajo, materias primas o artículos, así como apropiarse de objetos o dinero de los compañeros o clientes.
- c) Toda salida de bienes o artículos de la microempresa, saldrán previa autorización de gerencia y con recibo de bienes.
- d) Hacer competencia desleal con la microempresa.
- e) Concurrir al lugar de trabajo portando armas de fuego o corto punzantes, salvo el caso de personal debidamente autorizado por Gerencia.
- f) Abandonar el trabajo reiteradamente sin causa legal o trasladarse a un lugar distinto del asignado.
- g) Negarse en forma reiterada a acatar instrucciones de sus superiores para mejor ejecución del trabajo y las preventivas de seguridad e higiene que establezca la empresa.
- h) Hacer escándalos, propiciar o inmiscuirse en altercados o cualquier acto reñido con la moral y las buenas costumbres dentro o fuera del lugar de trabajo.
- i) Hacer rifas o colectas de cualquier naturaleza en horas laborables, así sea con fines benéficos, excepto las autorizadas por la Gerencia.

ANEXO 6

CODIGO DE ETICA EMPRESA “MASHUAMER”

a) Valores Éticos

Hacer referencia a principios y valores de comportamiento humano como la Honestidad, solidaridad, lealtad, integridad, puntualidad, responsabilidad, confidencialidad, compromiso social, calidez y aquellos que deban ser característicos de los empleados y trabajadores de la pequeña empresa.

Estos valores éticos y morales deben ser difundidos mediante la socialización a todos los empleados y trabajadores y posteriormente se deben firmar un acta compromiso los empleados y trabajadores de la microempresa sobre este código de ética.

b) Cumplimiento de las Normas

Todos los empleados y trabajadores están obligados, sin excepción de persona, a cumplir las leyes, normas, políticas, disposiciones empresariales.

Los jefes de área deben dar ejemplo en cuanto al cumplimiento de las políticas internas, tales como las relacionadas con la selección, reclutamiento y contratación del Talento Humano, en el sentido de no influir para la contratación, promoción o ascenso de empleados y trabajadores, si no se cumplen todos los procedimientos y requisitos establecidos dentro de respeto a los límites de crédito y riesgo.

c) Manejo de los Conflictos de Interés

La Pequeña Empresa debe evitar confrontar en conflictos de interés personal o particular y cuando existan problemas debe resolverlos apegados a la realidad.

Actuaciones prohibidas al Talento Humano:

El presente reglamento establece las actuaciones prohibidas para el Talento Humano las siguientes:

- Anunciarse como empleado o trabajador de la pequeña empresa para obtener provecho personal o particular cuando un empleado o trabajador, con el ánimo de obtener descuentos en los negocios comerciales del producto que vende la pequeña empresa, se presente como empleado o trabajador de ésta.
- Adoptar comportamientos, dentro o fuera de la pequeña empresa, que choquen con las buenas costumbres, como las relacionadas con el hecho de dar o prestarse para espectáculos grotescos o burlescos ridículos en público, participando con grupos de personas que se presten para actividades ilícitas que vayan contra la moral, ética y las buenas costumbres.
- Realizar actividades que impliquen competencia directa o indirecta con la pequeña empresa.
- Servir de proveedor, en forma individual o conjunta con otras personas, de bienes y servicios diferentes de los derivados de su calidad de trabajador o empleado, así como participar directa o indirectamente en entidades que sean proveedores de bienes y servicios a la pequeña empresa permitiendo la competencia desleal.

e) Manejo de la información privilegiada

Está prohibido el uso o aprovechamiento, la difusión o publicación a terceras personas ajenas a la pequeña empresa, de información confidencial que por su labor conozcan los trabajadores o empleados, en perjuicio de la pequeña empresa para beneficio personal o de terceros, tales como nuevas líneas de productos, oportunidades de inversión, manuales de producción o estrategias comerciales a aplicarse.

f) Relaciones con los empleados y clientes

Las relaciones con los empleados, trabajadores y clientes potenciales y consumidor final deben ser manejadas en ambiente estrictamente comercial de negocios, de manera que ellos no tengan la posibilidad de entender o sospechar que cualquiera

otra relación le puede dar ventajas competitivas en sus operaciones con la pequeña empresa.

d) Prohibir a los empleados y trabajadores:

- Solicitar o recibir dineros o regalos de los clientes, solo pueden recibir por ventas y solo personal autorizado.
- Ofrecer productos sin tener la facultad o autorización para ello.
- Realizar descuentos o promociones sin la autorización del Administrador Gerencial.
- Ofrecer cualquier ventaja a clientes, apartándose de las directrices empresariales.

e) Relaciones con proveedores

Las relaciones con los proveedores deben ser manejadas en ambientes estrictamente de negocios comerciales del producto, de manera que ellos no tengan la posibilidad de entender que cualquiera otra relación le puede dar ventajas en sus operaciones con la pequeña empresa.

Prohibir a los empleados y directivos:

- Solicitar o recibir dineros o regalos de los proveedores, sin estar autorizado para hacerlo.
- Ofrecerles la realización de cualquiera otra operación sin tener facultad o autorización para ello.
- Ofrecer cualquier ventaja, o suministrar información, a los proveedores, apartándose de las directrices empresariales.
- Rechazar a aquellos proveedores que falseen su información u ofrezcan precios muy por debajo de lo normal en el comercio o sean de contrabando.

- Rechazar aquellos proveedores que a criterio de la pequeña empresa, estén afectando con su operación a la población o el medio ambiente.

f) Relacionadas con el Área Financiera

- La pequeña empresa deberá tener los libros o registros básicos ya que está obligado a llevar contabilidad como son: Diario, Mayor, Bancos, Inventarios.
- . Todas las transacciones que se realicen deberán contar con las facturas manuales o electrónicas, notas de venta, retenciones en la fuente legalizadas y actualizadas por el SRI.
- El contador(a) deberá presentar informe mensual de las transacciones e inventarios de productos terminados cuadrados con el jefe de producción con el fin de tomar decisiones rápidas.
- Todo pago de nómina será cancelado con su respectivo rol donde consten ingresos y egresos de pago y el saldo a cobrar, legalizado por los beneficiarios a fines de cada mes y para transparentar el pago se entregará un detalle de los ingresos y egresos y el saldo a recibir legalizado por la contadora.
- El pago a proveedores será inmediato y contra entrega y la materia prima debe ser de buena calidad esto garantiza la calidad del producto que es la mermelada de mashua y piña endulzada con stevia.
- El incumplimiento del reglamento interno del centro de desarrollo infantil será debidamente sancionado.

ANEXO 7

PROFORMAS



LINEA NUEVA

m o b i l i a r i o

Cia. Ltda.

PROFORMA

N°02669

RUC:1091734547001

Cliente: JHOANA SALAS

Ibarra, 12 Diciembre 2015

Dirección: JUAN ATABALIPA 9-124 Y TOBIA MENA

TELF: 2605465

Ruc: 1002685293

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
1	ESTACIÓN DE TRABAJO Modelo "ECO" Elaborada en Melamínico Duraplac Doble Cara de 25mm Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.40cm x 1.70cm cen "L", Contiene 1 Faldón en Melamínico, 1 Placa Latera, 1 Base Mixta (Metal y Melamínico) (1) Cajonera Triple en Melamínico con seguridad para las 3 gavetas, (1) Porta Teclado de Riel con portalápices frontal (1) Pasacable Redondo de plástico.		236.61
2	SILLA OPERATIVA "FOCUS" Nacional C/brazos Espaldar Semireclinable sistema de regulación de altura, Base 5 Puntas con garruchas Plásticas Tapiz en cuerina Negra.	77.68	155.36
6	SILLAS VISITA APILABLE MODELO "ERGO" (Sensa) Estructura en tubo redondo 7/8 x 1,2mm. Acabados en Pintura Electroestática y Texturizada Su Asiento y Espaldar son Anatómicos y está provistos de tuercas Tern. Tapiz Cuerina Negra. Sin Brazos.	41.96	251.76
4	ARCHIVADOR O CANCEL AÉREO METÁLICO, Tamaño 0,90cm Con Puerta Curva sistema de Riel Interno, con Seguridad. Acabados en Pintura Electroestática Texturizada. Con Laterales en Melamínico. Color Negro.	120.54	482.16
1	SILLON ESPERA TRIPESONAL CIMA estructura metálica tapiz en cuerina Negra s/b.		196.43
Tiempo de Entrega: 15 Dias Laborables		Subtotal \$	1,322.32
Forma de Pago: 60% AL Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	158.68
Tiempo de Garantía: Un Año por Daños de Fabricación		TOTAL \$	1,481.00

 LINEA NUEVA
 mobiliario
 Cía. Ltda.
Entregué Conforme
Irene Játiva

Reinventamos espacios
Muebles para Oficina y Hogar

Recibí Conforme

Exhibición: Pedro Moncayo y Olmedo Esq.
 (Frente al Banco Pacifico) Telfs: 2953-400 / 2611-107
Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Oviedo
 (Frente Iglesia San Francisco) Telf: 2612-791
Ibarra - Ecuador



Importadores de partes, Accesorios, Suministros de Computadores

Proveedores de Partes
Venta de Computadores
Mantenimiento

VASQUIN Cia. Ltda.

RUC: 10910720112001

Asesoramiento Técnico
Instalaciones de Redes
Desarrollo de Software

Dirigido: JHOANA SALAS
Fecha: Ibarra, 12 Diciembre 2015

Prof. Num: 04VlIdr-014
Telf: 062 605465
098 4652891

PROFORMA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR U.	VALOR T.
2	COMPUTADOR INTEL CORE i3 COMBO CASE NEGRO T/M/P Teclado USB Español Mouse Optico USB Parlantes 2pz MAINBOARD DESKTOP S-1151 for i3/i5/i7 Video Incorporado Puertos USB Tarjeta de Red Puerto PCI Express Sonido Incorporado PROCESADOR INTEL CORE i3 S1150 DISCO DURO 500GB SATA 7200 RPM MEMORIA 4GB DDR3 PC 1333 DVD WRITER - LG LECTOR MULTITARJETAS INTERNO MONITOR 20" LED FLAT PANEL Incluye: Regulador de Voltaje, Pad-Mouse	495.02	990.04
2	IMPRESORA MULTIFUNCION EPSON L355	246.00	492.00
2	TELEFONO PANASONIC INALAMBRICO 2X1 C-ID	63.40	126.80
		SubTotal	1608.84
		Iva 12%	193.06
		Total	1801.90

GARANTIA:

Esta proforma caduca en 8 días

1 Año en Partes y Piezas Contra defectos de Fabricación

Forma de Pago:

De **CONTADO**, se haría un descuento del 5% al valor indicado.

Financiado con Tarjeta de crédito.

A 3 meses sin intereses y hasta 18 - 24 meses con intereses, dependiendo de la tarjeta.

Dirección: Sanchez y Cifuentes 21-134 y Tobias Mena Telf: 2640-617 / 2610-997 / 2610-998
Ibarra-Ecuador

ANEXO 8





ANEXO 9

COTIZACION DE PRECIOS EN INTERNET



145 ML.. CAJA 24 UNIDADES \$13,50 CON TAPA

 **Pago a acordar con el vendedor.**
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

 **Entrega a acordar con el vendedor**
Guayaquil (Guayas)
[Más información](#)

¡Último disponible!

[Comprar](#)   

Gabinets Metálicos Para Equipos Contra Incendio Me gusta

 Artículo nuevo



U\$S 44²⁴

 **Pago a acordar con el vendedor.**
[Más información](#)

 **Entrega a acordar con el vendedor**
Quito (Pichincha (Quito))
[Más información](#)

Cantidad: [-](#) [+](#) [Comprar](#)   

Camara Seguridad Belkin Ip Hd720 Wifi Inalambrica Vigilancia  Me gusta

Artículo nuevo 1 vendido



belkin
Cámara Wifi
Inalámbrica HD
F7D7606

U\$S 195⁰⁰

 **Pago a acordar con el vendedor.**
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

 **Envío gratis a todo el país.**
Quito (Pichincha (Quito))
[Más información](#)

Cantidad: **Comprar**   

Industrias > Industrias y Oficinas > Otros Publicación #408147376 [Denunciar](#) | [Venir](#)

Cuarto Frio 5.00mt X 3.33mt X 2.80mt (alto) \$1950  Me gusta

Artículo usado



U\$S 1.950⁰⁰

 **Pago a acordar con el vendedor.**
[Más información](#)

 **Entrega a acordar con el vendedor**
Quito (Pichincha (Quito))
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar   

Paila De Bronce  Me gusta

Artículo usado



U\$S 350⁰⁰

 **Pago a acordar con el vendedor.**
[Más información](#)

 **Entrega a acordar con el vendedor**
Quito (Pichincha (Quito))
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar   

Cocina Industrial

Artículo usado 1 vendido



U\$S 250⁰⁰

Finaliza en 22 h 19 min

Pago a acordar con el vendedor.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
 Mejía (Pichincha (Quito))
[Más información](#)

Cantidad: [Comprar](#) [Me gusta](#) [Compartir](#)

Licuada Industrial 25 Litros Modelo Volcable

Artículo nuevo



U\$S 750⁰⁰

Finaliza en 30 min 44 s

Pago a acordar con el vendedor.
 Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Envío gratis a todo el país.
 Quito (Pichincha (Quito))
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#) [Me gusta](#) [Compartir](#)




JAC HFC1035KD (2011)

Quito

\$ 16 400
Negociable

[Detalles del vendedor](#)

¿Estás interesado?

Tu nombre

Tu Email

Tu teléfono

Mensaje

☒ Recibir alertas

☒ Recibir novedades

Inicio > Usados > Quito > Pesados > Camión Ligero (0 A 3 Ton) > Jac > Hfc1035kd

Las personas que vieron este vehículo también les interesó:

Volver al listado | Otras categorías > Otros

Publicación #407320053 Denunciar | Vender uno igual

2 Mesas Para Cocina Industrial De Acero Inoxidable, Seminuev

Artículo usado



U\$S 500⁰⁰

Suscríbete - Ver ofertas anteriores

Finaliza en 3 d 14 h

 Pago a acordar con el vendedor.
[Más información](#)

 Envío a acordar con el vendedor.
Ubicado en Quito (Rhincha (Quito))
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Ofertar](#)   

Volver al listado | Hogar y Muebles > Electrodomésticos > Refrigeradores

Publicación #407110925 Denunciar | Vender uno igual

Mini Nevera Enfriador 3.3 Pies Marca Kenmore Nuevos

Artículo nuevo 17 vendidos



U\$S 420⁰⁰

 Pago a acordar con el vendedor.
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

 Envío a acordar con el vendedor.
Ubicado en Quito (Rhincha (Quito))
[Más información](#)

Cantidad: [Comprar](#)   

Información sobre el vendedor

Ubicado en Quito (Rhincha (Quito))

También puede interesarte: [esofoscopia](#), [concentradora uspen](#), [obaby](#), [perfumes mujer](#)

[Volver al listado](#) | [Otras categorías > Industrias y Oficinas > Otros](#) [Publicación #407294129](#) [Denunciar](#) [Vender uno igual gratis!](#)

Batidora Industrial Hk-251c Mixer, Taiwan E! Me gusta

Artículo usado









U\$S 1.300⁰⁰

📄 Pago a acordar con el vendedor.
[Mas informacion](#)

📦 Envío a acordar con el vendedor.
 Ubicado en: [Antonio Ante \(Imbabura\)](#)
[Mas informacion](#)

¡Único disponible!

Comprar





Otras publicaciones que pueden interesarte



Balanzas Electronicas De 100 Kg 120lbs Nuevas
U\$S 80⁰⁰



Balanzas Electronicas Digital De 500 Kilo
U\$S 230⁰⁰



Cesadora / Remoladora De Sacos/rodillos
U\$S 200⁰⁰



Demadura Biometrica Para Oficina O Casas
U\$S 299⁰⁰



Soldadora Mg-200s 40-180a Century 110v60hz
U\$S 265⁰⁰



Datalogic Scanner 2007100 Symbol Codigos
U\$S 869⁰⁰